revista del consumidor

VOLUMEN 1 NUMERO 1 NOVIEMBRE DE 1976

EJEMPLAR $ 10.00

DE COLECCION Y CONSULTA

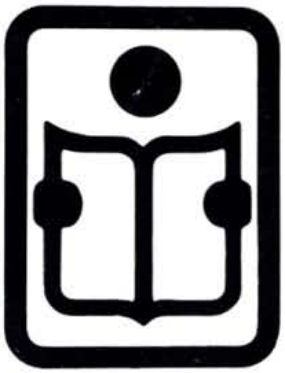
ESTA PUBLICACION NO ADMITE ANUNCIOS

- **50 Consejos para Comprar un Coche Usado.**
- **Ventas a Domicilio: generalmente es compra innecesaria.**
- **La Ley de protección al consumidor es suya, conózcala y hágala valer.**

¿CUAL COMPRO?

UNAS SON MEJORES QUE OTRAS.

editorial



Con esta edición nace la *Revista del Consumidor*, el órgano oficial de difusión y orientación del Instituto Nacional del Consumidor.

En las páginas interiores de la publicación, que es de usted *-consumidor o proveedor-*, hacemos referencia tanto a la Ley Federal de Protección al Consumidor como a sus organismos consecuentes: la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor, todos en vigor y funciones desde el 5 de febrero de este mismo año de 1976.

En la medida en que prácticamente *todos* somos consumidores de bienes y servicios, la *Revista del Consumidor* aspira a alcanzar una difusión altamente masiva. La información veraz, completa, seria -técnica y científicamente fundamentada-, así como la orientación manejada en un lenguaje claro, directo, conciso, y la aportación de nuestras recomendaciones, inspira en nosotros un sentimiento de profundo y auténtico *servicio social* y representa -desde luego- un compromiso editorial en el cual pondremos nuestro mejor empeño.

El proveedor -la otra parte que conforma la relación de compraventa- nos es igualmente importante.

Creemos que, a través del departamento Técnico del Instituto -que se encarga de realizar estudios y análisis acerca de productos y servicios-, podremos ser igualmente útiles a industriales, comerciantes y prestadores de servicios. Pondremos en sus manos los resultados de nuestras investigaciones, así como nuestras sugerencias, para mejorar la calidad general de aquello que legítimamente producen o venden.

Dicho de otra manera: la misión del Instituto es fungir como mecanismo equilibrador que pugnará por la equidad y la verdadera justicia en la relación entre proveedor y consumidor. Siendo éste último -generalmente- la parte económicamente más débil, el Estado ha creado la citada Ley para la defensa del interés popular, del patrimonio familiar y aún de la dignidad ciudadana.

La *Revista del Consumidor* representará, además, una tribuna a través de la cual ambas partes por igual -consumidor y proveedor- podrán exponer sus quejas, experiencias, puntos de vista e inquietudes en busca de información y orientación. Ni el Instituto ni la revista son trinchera de ataque en contra de personas físicas o morales, de agrupaciones o gremios, ni del proveedor en su calidad de tal.

Estaremos pendientes del pulso mundial de los acontecimientos que, de alguna manera, afecten al consumidor o al proveedor, es decir, el inagotable universo del consumo. Estableceremos y mantendremos relaciones e intercambios de experiencias y materiales editoriales particularmente con aquellos países que, como el nuestro, gozan de una legislación tutelar, por conducto de sus propios organismos encargados de la atención y protección al consumidor.

El Instituto Nacional del Consumidor atenderá -prioritariamente- los intereses y las necesidades de la gran masa de compradores; los analizará, sacará conclusiones y hará las recomendaciones correspondientes. De manera especial, divulgará los resultados de los estudios técnicos y comparativos que, en cumplimiento de sus objetivos, lleve a cabo por sí mismo.

Frente a problemas o circunstancias que por su importancia, delicadeza o gravedad así lo ameriten, el Instituto editará y difundirá masivamente publicaciones monográficas especiales, realizadas por el cuerpo editorial de esta nueva revista.

La necesidad inobjetable de la existencia de la *Revista del Consumidor* nace del Artículo 68 de la propia Ley Federal de Protección al Consumidor, que expresamente señala como finalidades del Instituto la información, orientación, y capacitación del consumidor en cuanto al conocimiento y ejercicio de sus derechos, así como la propagación de hábitos de consumo que protejan su patrimonio familiar.

En un mercado libre en el que los medios de comunicación masiva obedecen -casi en su totalidad- a intereses comerciales, sólo el Instituto Nacional del Consumidor, con el respaldo de sus propios recursos técnicos y sus facultades y responsabilidades legales, *puede* y *debe* editar esta revista como su órgano oficial de difusión... dentro de su Programa de Divulgación, que abarca campañas destinadas a dar a conocer la Ley; gacetillas de prensa que contienen la opinión del Instituto acerca de diversos problemas actuales que afectan a consumidores y proveedores; programas de radio y televisión, así como cortometrajes cinematográficos que presentan aspectos específicos de la problemática del consumo.

Así, con esta edición, hoy nace para usted la *"Revista del Consumidor"*.

Lic. Santiago Sánchez Herrero
Director General del
Instituto Nacional del Consumidor

revista del consumidor

VOLUMEN 1 NUMERO 1 NOVIEMBRE DE 1976

EL TIRO DE ESTA EDICION CONSTA DE 200.000 EJEMPLARES

DIRECTORIO

JAMES R. FORTSON
Director General
ROBERTO E. ROJAS A.
Asistente del Director
PATRICIO VEGA B.
Subdirector Editorial
CARLOS HIEBER BRAN
Director de Arte
HECTOR HATCH GOMEZ
Subdirector de Arte
MARGARA SMITH
Redactora
RAMON DIEZ SUAREZ
Corrector
ALEJANDRO LOYOLA MORALES
Diseño Gráfico
JAVIER TORRES GUZMAN
Maquetista
GERARDO MEDELLIN VILLAFUERTE
Ilustrador
MARTHA ALICIA VILLANUEVA
Coordinadora de Producción
JOSE MIGUEL ACOSTA
Coordinador del Depto. Técnico
CARLOS CARDENAS
Auxiliar del Coordinador Depto. Técnico
EDUARDO DONNAY
Fotografía
ALEJANDRO CISNEROS
Asistente de Fotografía

LIC. FERNANDO RODRIGUEZ GONZALEZ
Coordinador Administrativo

CONSEJO EDITORIAL

PRESIDENTE
LIC. SANTIAGO SANCHEZ HERRERO
Director General del
Instituto Nacional del Consumidor

VOCALES
LIC. JOSE ANTONIO PEREA GAVALDON
Subdirector de Orientación y Difusión del INC

LIC. GUILLERMO WILKINS
Subdirector Técnico del INC

ALBERTO DIAZ LASTRA
Coordinador de la Subdirección de Orientación y Difusión del INC

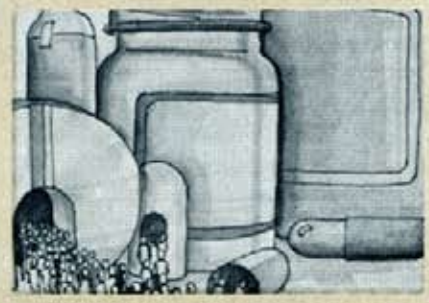
JAMES R. FORTSON
Director General de la Revista del Consumidor.

Precios:	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$10.00 MN.	U.S. $0.60
Suscripción anual (12 Números)	$100.00 M.N.	U.S. $6.00
Ejemplar atrasado	$15.00 M.N.	U.S. $0.90

SUMARIO

	Página
La Correspondencia	4
Cómo comprar un Auto Usado	6
De Hecho y de Derecho: La Procuraduría Federal del Consumidor	12
Renato Leduc: "Consummatum est"	13
Peligros de la Automedicación	14
Crédito contra abusos: FONACOT	16
El Presupuesto Hogareño	17
¿Variable, Cambiante?	20
El Estudio Comparativo del Mes: Planchas	22
Ilusiones Opticas	30
La Entrevista del Mes: Armando Victoria Galván	32
El Consumidor en el Mundo	34
La Ley en Preguntas	36
Ventas a Domicilio	37
Usar, pero no abusar	39
Consumo en Broma	40
Vivir con Poco	42
¿Cómo, cuándo y dónde?	44
El Vocabulario del Consumidor	46
Preguntas y Respuestas	47
Yo, Consumidor	48

Adquirir un coche usado es una aventura en el que el protagonista principal es su dinero.
Página 6



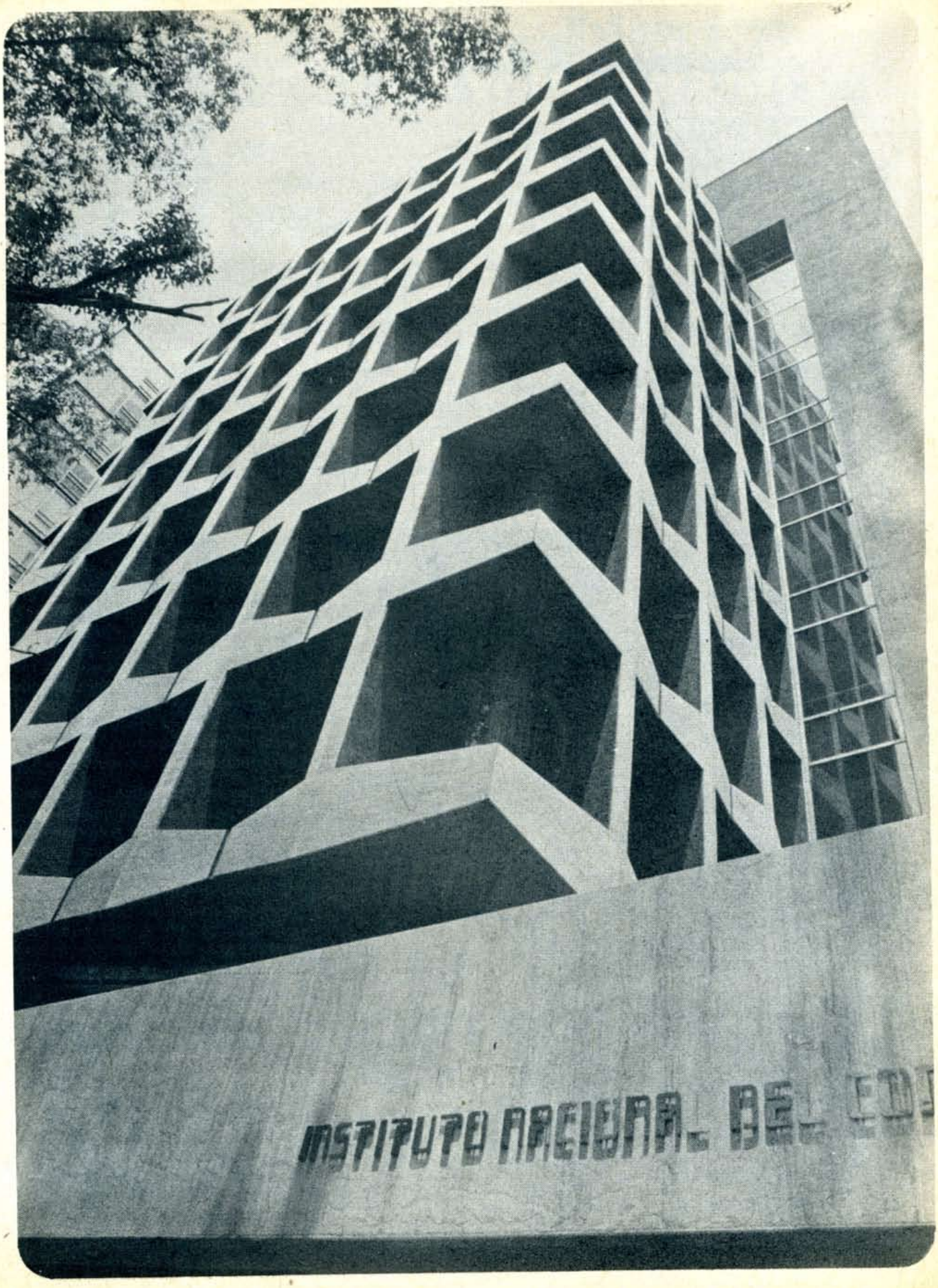
La autoadministración de diversos productos con fines curativos causa una gran cantidad de problemas de salud.
Página 14

Una parte considerable de los ingresos familiares se destina a la compra de alimentos. Hay que saber adquirirlos en beneficio del presupuesto hogareño. Página 17

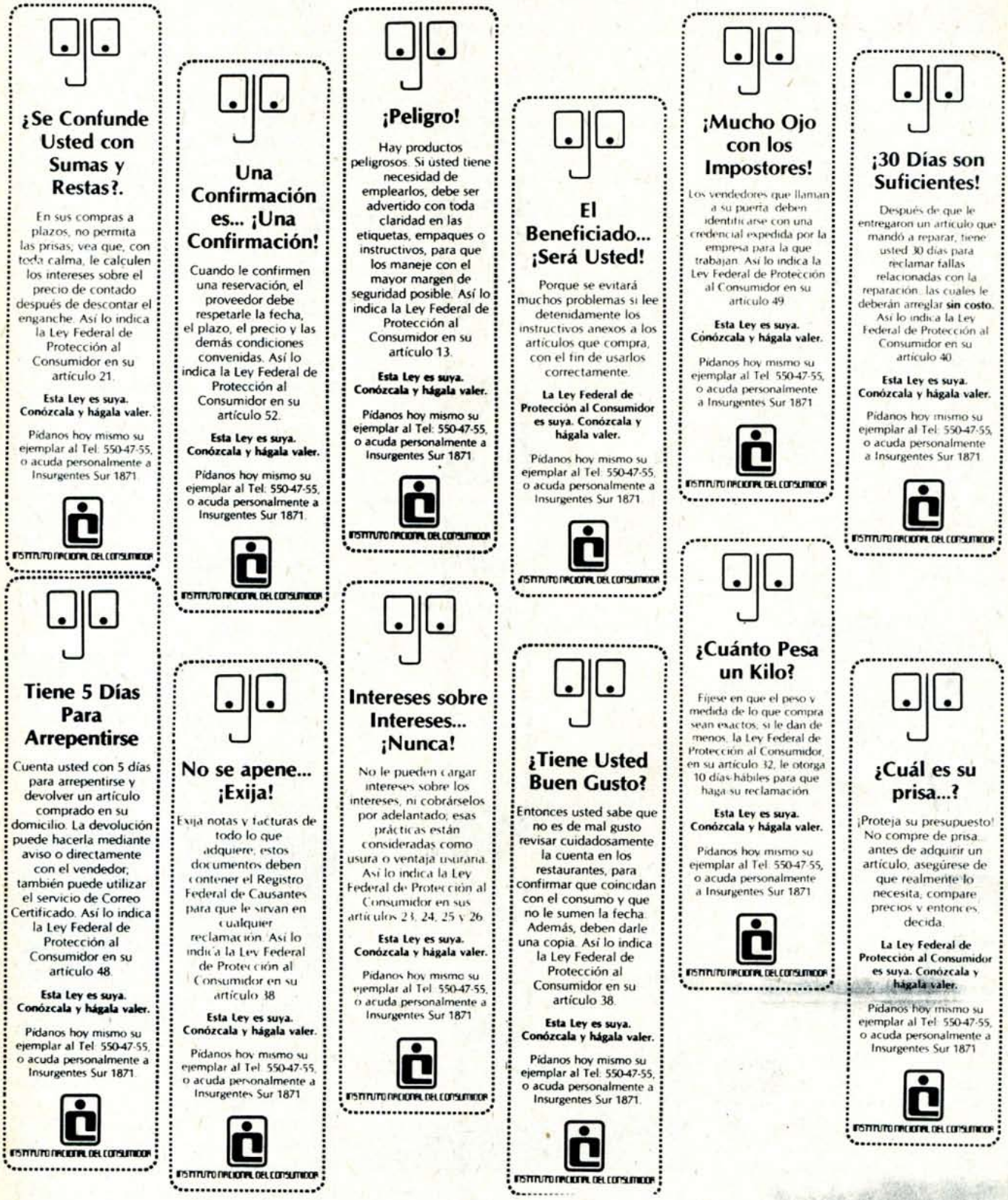
Las planchas de fabricación nacional por lo general ofrecen seguridad al usuario. Presentan fallas, no obstante, de sobrecalentamiento y desajuste de partes. Página 22

Al no tener acceso al crédito común, los trabajadores se veían en la necesidad de recurrir al préstamo abusivo. El Cap. Armando Victoria Galván habla sobre los problemas del consumo en México. Página 32

La revista francesa "50 millones de consumidores" analiza los problemas del uso exagerado de medicinas, alcohol y tabaco.
Página 34

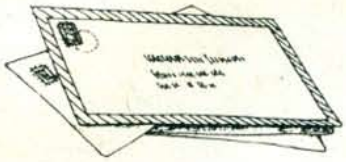

INSTITUTO NACIONAL DE

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR



Una de las principales misiones del Instituto Nacional del Consumidor es orientar al público para que conozca y sepa aplicar cada una de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor. La campaña de anuncios que figura arriba aparece periódicamente en distintos medios de difusión.

LA CORRESPONDENCIA



"quejas, denuncias, experiencias personales"

Envíe su carta a:
"Revista del Consumidor"
Insurgentes Sur No. 1871
México 20, D.F.

La Revista del Consumidor se reserva el derecho de reescribir y editar a su manera toda carta que llegue a la Redacción, en el entendido que se respetará al máximo su contenido.

ABEJORRO EN EMPAQUE ORIGINAL

Señores:

Recientemente compré para mi niña un "Abejorro" Lilí-Ledy que al llegar a mi domicilio, no funcionó.

Cuando leí las condiciones de la garantía, me di cuenta que se exigía mandar el juguete en el empaque original. Naturalmente lo había tirado. ¿Qué puedo hacer?

Juanita Calvo
Mazarik 523, Polanco,
Capital.

Revista del Consumidor:

Mucho. Nos hicimos de una copia de la garantía del producto y vimos que no cumple con 2 requisitos del artículo 34 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En primer lugar, la ley especifica 2 meses para la devolución de cualquier artículo y no los 30 días que aparecen en el documento del fabricante.

Por su lado no existe, como es obvio, la disposición legal que exija la presentación de un producto en su empaque original al momento de la restitución.

R.C. le recomienda volver a la tienda donde adquirió el "Abejorro" y con la nota de compra en sus manos demande se lo compongan, cambien por otro, o devuelvan el dinero.

En caso de nuevos problemas le sugerimos también recurrir a la Procuraduría Federal del Consumidor llamando a los teléfonos 518-04-40, 510-23-23 o 510-02-21.

SEGUROS E INDEMNIZACION

Señores:

En junio 11 de 1973 compré a FRISA, Fraccionamiento y Constructora Tulpa, S.A., una casa por la cantidad de $265 mil 400 pesos. El proveedor me exigió como procedimiento adicional la adquisición de un seguro contra incendio, temblor, explosión, etc. cuya prima es de $532 pesos 74 centavos y cubre gastos, en caso de siniestro, hasta por $212 mil 320 pesos.

Mi problema ahora es doble. Por un lado la constructora aún no instala el tapiz de una recámara y se niega a poner fin a la humedad que, por defecto de construcción, persiste. Por el otro, hasta la fecha no he conseguido hacer reparar el cuarto de servicio que se quemó. ¿Alguna sugerencia?

Esperanza Trujillo de Macín
San Salvador 235, Col. Valle Dorado,
Naucalpan, Estado de México.

Revista del Consumidor:

Diríjase al vendedor de la casa y por medio de él —siempre y cuando no haya violado alguna de las indicaciones del seguro— exija el pago de la indemnización que corresponda.

En cuanto a la reparación de la casa, solicite íntegra la devolución del dinero que haya costado la compostura. Está en su derecho.

Permítanos concluir esta respuesta con una buena noticia para sus futuros vecinos. La Procuraduría Federal del Consumidor pedirá en breve al Instituto Nacional del Consumidor que haga un estudio proponiendo las modificaciones necesarias que a juicio de la última institución deban de hacerse en las construcciones de ese fraccionamiento.

LA GOTA QUE LLENA EL VASO

Señores:

Adquirí en Parque Funeral Colonias una cripta por $13 mil pesos y, posteriormente, 2 servicios con un costo de $16 mil y 7 mil 333 pesos.

El 24 de abril de este año me vi en la necesidad de hacer uso tanto de la cripta como de los servicios y me encontré con que la capilla utilizada no era la prevista en el contrato, además de que no se cumplió con la entrega oportuna del ataúd.

Uno de los servicios comprados —que era de primera— a mi manera de ver resultó de quinta. Además se me cobraron 2 veces los gastos de sepultura, por lo que solicito se me reintegre la cantidad de 7 mil 333 pesos así como los intereses devengados.

Ma. Teresa Hernández de P. Chacón.
Vallarta 2470, Guadalajara, Jal.

Revista del Consumidor:

Cuando presente las notas comprobando que pagó 2 veces por la inhumación del cadáver, el vendedor deberá regresarle de inmediato el segundo cobro.

Asimismo, la funeraria tiene la obligación de entregarle la cripta estipulada en el contrato y de trasladar los restos al nuevo lugar.

Por lo que se refiere al servicio de primera clase, si documenta más am-

pliamente su queja puede incluso reclamar su dinero devuelta.

En cuanto al contrato, se puede cancelar de mutuo acuerdo, pero el vendedor no está obligado a pagar intereses.

DIETA, HIGIENE Y GRIPE

Señores:

¿Qué me puede servir para quitar el catarro y el "cuerpo cortado"? ¿Son realmente buenas las medicinas que se anuncian? Espero su respuesta.

Pedro Cifuentes Alcántara
Cuauhtémoc 31, Villa Obregón,
Capital.

Revista del Consumidor:

El resfriado común no tiene actualmente tratamiento específico. Una vez iniciado el mal lo más aconsejable es descansar, evitar cambios bruscos de temperatura, alejarse de lugares públicos y abstenerse de besos o saludos de mano. Una dieta balanceada y simples medidas higiénicas, ayudan.

Su segunda pregunta sobre si son "buenas" las medicinas que se anuncian por ahí, la única respuesta posible es que depende de cuáles se refiere usted. Los productos populares conocidos como "antigripales" no son curativos. En realidad sólo disminuyen las molestias como dolores de cabeza y malestar general. Sobre "los otros", el único consejo sensato es que vaya y lo consulte con su médico. Una de las mejores maneras de "cortarse el cuerpo" en forma definitiva es a través de la automedicación. No se exponga, entonces, a graves problemas físicos por desconocer las dosis adecuadas en el uso de medicamentos y sus contraindicaciones.

A PROPOSITO DE LA REVISTA

Señores:

Considero que una información veraz, imparcial y científicamente fundamentada, que oriente adecuadamente a los habitantes de nuestro país a seleccionar mejor los artículos necesarios, constituirá un gran servicio no solo para los consumidores sino también para los industriales.

Tengo la certeza de que la Revista del Consumidor contará con los atributos mencionados y servirá como un gran impulso para la economía del país.

Ignacio Arellano
Arellano N.C.K. Publicidad S.A. de C.V.

Señores:

Yo, como consumidor, puedo decirle que la Ley —ni siquiera la ley misma: su mera y simple invocación— me ha permitido oir música y desplazarme. Después de agotar los recursos conciliatorios ante un taller de aparatos de sonido y otro de autos, esgrimí en contra de ellos la espantosa amenaza de quejarme ante las autoridades que protegen al consumidor. ¡Oh, milagro; milagro! Las refacciones aparecieron de pronto y los artesanos mexicanos —ahora llamados "técnicos" u "obreros calificados", pero con cero— ¡se pusieron a trabajar!

Los felicito por impulsarnos un poco hacia la conciencia de hacer mejor las cosas por medio de esta revista.

Carlos Arouesty Robert
Arouesty y Asociados, S.A. (Publicidad)

Revista del Consumidor:

Gracias.

HABLAN LOS FABRICANTES

Señores:

Nos permitimos revisar detenidamente las pruebas efectuadas a nuestras planchas electrodomésticas y los resultados son altamente satisfactorios.

Nuestra única observación se reduce a recomendar se indique la acción a seguir para corregir las posibles fallas en caso que el producto no cumpliera con los requisitos de las normas especificadas.

Juan Alvarado Hernández
Sunbeam Mexicana S.A. de C.V.

Señores:

Estamos estudiando una proposición de modificación de la Norma J-6 para planchas eléctricas, que pronto presentaremos a la Dirección General de Normas de la Secretaría de Industria y Comercio.

Independientemente de ésto, estamos rediseñando las planchas de resistencia de mica modelos 101, 104, 203, 301 y 403 para incrementar la calidad de las mismas.

Ramón Mogyoros
Mogum S.A.

Señores:

Notifico a ustedes haber recibido el estudio evaluativo correspondiente a nuestros modelos de planchas, tomándolo como bueno.

Estamos haciendo algunas nuevas pruebas cuyos resultados contienen las mismas desviaciones indicadas en su reporte. Tengan ustedes la plena seguridad que serán corregidas a la brevedad.

José Mustri Zagha
Eureka.

Señores:

En general nuestra plancha está sujeta a la calidad del elemento calefactor (resistencia) hecha por otros. Estos nos han informado de problemas de materiales como óxido de magnesio muy contaminado con elementos ferrosos.

Creemos que la falla se corregirá en un alto porcentaje y casi se eliminará.

Armando Luna
Hoover Mexicana S.A. de C.V.

Señores:

Con el fin de mejorar las características del funcionamiento de nuestras planchas hemos decidido efectuar una serie de modificaciones que integraremos en futuros modelos.

Por de pronto, implantaremos un sistema de inspección más rígido y rediseñaremos la conexión entre el cable de la alimentación y los terminales de la plancha.

Además, se mejorará la solidez del ensamble entre el mango y la coraza de la plancha utilizando 3 tornillos en lugar de 2.

Sergio Peña Campos
General Electric de México, S.A.

Señores:

Queremos hacer constar que los resultados de las pruebas que ustedes llevaron a cabo, coinciden con los datos que dispone nuestro laboratorio y departamento de Control de Calidad de Aparatos Domésticos.

Elio Lorenzoni
Philips Mexicana S.A. de C.V.

COMO COMPRAR UN AUTO USADO

"Los mil detalles en qué fijarse"

Javier Rascón Nieves

Hay quiénes afirman que ninguna otra invención en el siglo ha tenido un impacto más significativo que arrancar un automóvil, y manejarlo. Otros aseguran que es preferible dejar en manos de terceros el asunto de su transportación personal.

El caso es que la compra de un auto suele ser una cosa importante y... adquirir uno usado es una aventura en que el protagonista principal es su dinero. Si algo sale mal, generalmente no se tiene a quien culpar.

Pregúntese ante todo para qué va a servirle el coche usado que va a comprar. Si quiere utilizarlo como medio de transporte individual, para un grupo numeroso, viajes largos, para jugar carreras, o alguna otra necesidad, tenga presentes consideraciones como marca conocida, economía de empleo, mantenimiento y facilidad de conseguir refacciones.

Primeramente, recuerde que los arreglos futuros de su coche correrán por cuenta de usted. Luego infórmese acerca de la *devaluación* posible del carro, asunto que está relacionado con la marca, el tamaño, el modelo y el estado general del automóvil, aparte de ciertas condiciones no fácilmente comprobables como *salió bueno* o *malo*, o de mercado: los *aditamentos*, que esté *arreglado*... Se publican varias revistas que dan los precios de coches usados, aunque fundamentalmente analizan la relación entre el costo mayor y menor. Claro, puede ser que estos promedios le sirvan de guía, pero están referidos a otros automóviles, no al que usted piensa comprar. Lea también el *aviso oportuno*, visite agencias, interrogue a sus conocidos. En breve, infórmese.

Con cierta confiabilidad los coches usados pueden adquirirse en concesionarios, donde los han tomado *a cambio* o como *enganche* para la venta de autos nuevos. En lotes pueden otorgarle un período de garantía, pero asegúrese de que sea un establecimiento con buenas referencias. Con particulares —incluyendo parientes y amigos— llegan a conseguirse verdaderas oportunidades, pero tenga cuidado. Asimismo, consultando la sección de anuncios puede encontrarse con diferentes autos particulares que se ofrecen en un mismo domicilio: suelen tratarse de lotes disfrazados en donde le darán precios de reventa.

No preste atención a palabras huecas como *un solo dueño, recién ajustado, equipadísimo* y *ganga*, son *ganchos* que en realidad no reflejan para nada el estado real del automóvil.

Busque, con paciencia y cautela. Esta es la mejor recomendación. Dése al menos dos semanas para decidir, de poder hacerlo. Pregunte, no le de pena. Piense que nadie le hace el favor de venderle un carro y que tiene derecho de escogerlo correctamente, además de comprar con libertad.

El coche usado es dinero

Defina cuál es el monto aproximado del gasto que puede usted efectuar, el pago inicial y los abonos, tomando en cuenta además el costo adicional mensual del mantenimiento de su auto, por concepto de gasolina, aceite, llantas, refacciones, servicios y similares que pueden variar en forma acumulada entre $ 400 y mil 200 pesos.

No olvide que todo auto usado tiene defectos y desgastes aunque puedan estar bien reparados. Tampoco confíe en el amor a primera vista. Tómelo con calma. Hay que averiguar si le taparon los defectos o realmente el propietario lo cuidó muy bien.

El coche estacionado puede revelarle muchos datos importantes. Hágase acompañar por un amigo y...

Comience por el motor, que es el corazón del automóvil. Cuente los cilindros y recuerde que cuanto menor sea su número, más bajo será el gasto de combustible. El estado de limpieza de la máquina es de interés: no debe mostrar manchas por fugas de aceite ni de gasolina. Si no tiene trazas de polvo cabe la sospecha de un arreglo reciente. Una capa leve y uniforme de polvo sugiere que el dueño anterior conservó el motor en buen estado.

Observe el recipiente ("cilindro maestro") del líquido de frenos: no conviene que tenga escurrimientos. Destápelo, el nivel correcto está a poco más de medio centímetro de la parte superior del cilindro.

Vea, en la varilla medidora, que el aceite del motor esté limpio y en nivel.

Revise la batería. Debe estar limpia, sin corrosión de ácido ni óxido en los bornes. Las terminales de los cables y el soporte del acumulador deben estar firmes y en posición nivelada. Verifique la altura del electrolito en cada celda, las placas deben estar sumergidas completamente. Si el ácido ha perdido su transparencia o huele mal puede indicar una sobrecarga.

Si quiere, póngase solemne o sonríale al vendedor, pero continúe.

Inspeccione el deterioro y firmeza de todos los cables, bandas y mangueras.

Abra la cajuela. Fíjese si hay polvo en los rincones y levante la alfombra. Observe si la lámina está oxidada. Vea el estado de la llanta de refacción, y si acaso hay gato y cruceta. Ponga atención a la carrocería, que no presente indicios de oxidación o que esté "picada". Revise los costados, el techo, el cofre y la cajuela, el frente y la parte de atrás. Note si hay abolladuras o arrugamientos. Estudie la uniformidad de la pintura, si tiene secciones de otro color, golpéela con los nudillos de su mano. El sonido no debe ser diferente al de otras partes de la lámina.

Revise todas las chapas.

Vea que las puertas abran y cierren adecuadamente, con solidez. Observe que los seguros funcionen bien.

Pruebe la firmeza de las defensas.

Presione con fuerza sobre cada una de las esquinas del coche, el vaivén debe cesar luego. Si no, tal vez deban cambiarse los amortiguadores.

Dele una mirada al desgaste de las llantas, si es parejo o irregular. No son recomendables las llantas recubiertas, pueden darle más de un susto, sobre todo en carretera.

Mientras descansa tome distancia —unos cinco metros— y advierta que el coche no esté *caído*.

La revisión

Súbase al automóvil. Arranque el motor. Debe encender con facilidad. Fíjese en los ruidos que produce el auto. Voltée hacia atrás y observe cómo es el humo del escape, luego acelere moderadamente y deje el motor en baja. Note si tiembla. Con

La opinión de un mecánico conocido es valiosa

La corrosión se oculta con facilidad

A partir de dos años de uso la depreciación es menor

la ayuda de su acompañante, verifique el funcionamiento de las luces: cuartos, altas, direccionales, de estacionamiento, calaveras e interiores. Confirme la operación de los instrumentos del tablero (cuando hizo andar la máquina, tuvieron que encenderse unos segundos los foquitos de prevención: generador, aceite, etc.); accione limpiadores, radio y encendedor.

No crea en frases como "nada más es cosa de cambiar el fusible" cuando se hable de la parte eléctrica de un coche. Compruébelo.

Lea el contador de kilómetros, pero tómelo con reservas.

Pise el pedal del freno durante un minuto. Si éste se hunde lentamente, haga revisar el sistema por un mecánico conocido.

Vea los paneles de las puertas y el estado de las vestiduras, pruebe los elevadores de los cristales y las manijas de las puertas. Levante los tapetes y observe si hay humedad.

Baje del coche. Abra nuevamente el cofre. Mientras observa, si el motor salta, pida a un amigo que acelere de golpe. Puede que los soportes estén vencidos.

¿Sale del escape humo negro o azul? ...posiblemente el auto requiera una revisión general del motor o cambio de anillos.

La regularidad en el funcionamiento del motor también puede comprobarse colocando la palma de la mano en las cercanías de la salida del tubo de escape. Debe sentirse un *golpeteo* parejo tanto en el ritmo como en la fuerza.

Si el auto es automático, compruebe el nivel de líquido de la transmisión con la varilla medidora. Huela la varilla y vea el color del líquido. Deberá reemplazarlo si tiene color gris quemado o si huele a barniz.

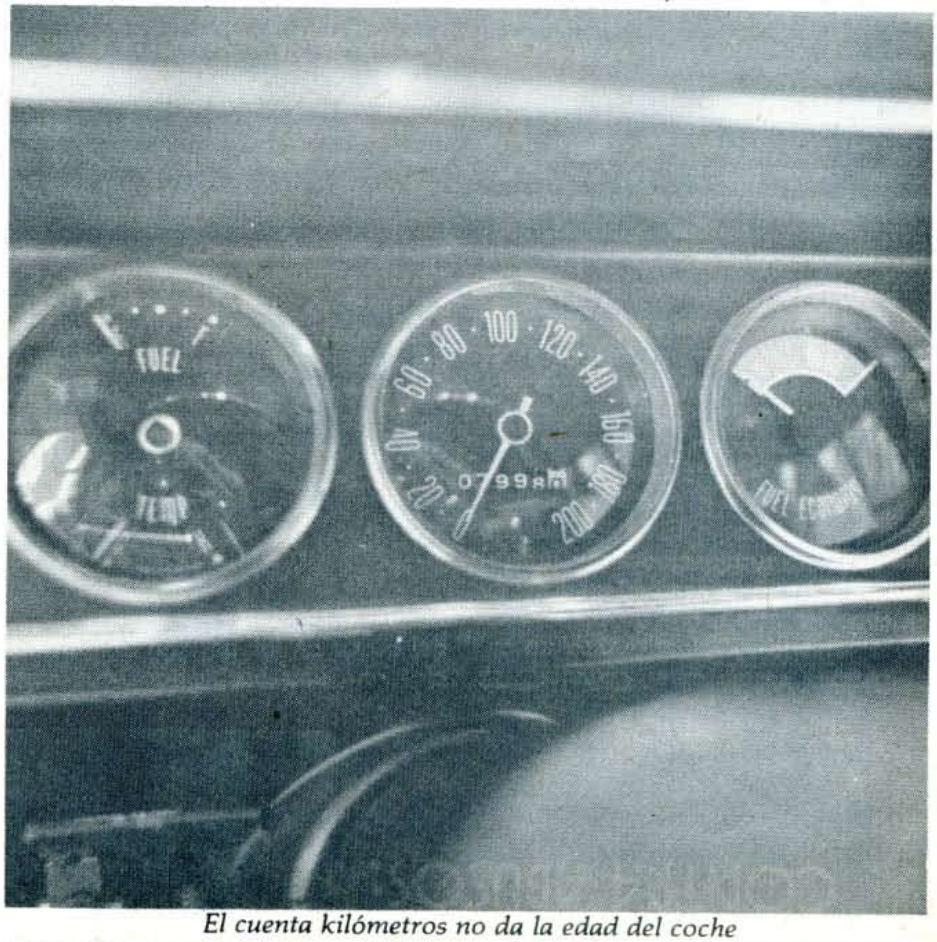
En el caso de dirección hidráulica, haga girar el volante de derecha a izquierda varias veces. *Apague el motor* y mida el nivel con la varilla correspondiente.

Acerque con precaución su mano a cualquier parte mecánica del motor. A un centímetro de distancia, no debe sentir una temperatura tan fuerte como para no soportarla.

Usted maneje y pídale al vendedor que pase al asiento trasero.

Pare y arranque varias veces. Pruebe el cláxon.

Súbase al automóvil, debe encender con facilidad



El cuenta kilómetros no da la edad del coche

La transmisión debe funcionar correctamente, las velocidades deben ser fáciles de maniobrar y sus posiciones han de estar bien definidas al operarse. Cuide que no presenten dificultad para *meterse*. No deben *botarse*. Si esto sucede, usted tendrá que hacer un gasto considerable de reparación. No debe tampoco oírse ruido en los engranes cuando, si es vehículo estándar, se pone la palanca en punto muerto en plena marcha y se apaga el motor dejándolo avanzar a velocidad moderada. ¡Verifique antes que el volante no tenga seguro!

En la dirección de un automóvil está en juego la vida. Dése tiempo y revísela. Asegúrese que está en buenas condiciones.

El volante no debe tener *juego*, ni estar duro o jalarse hacia algún lado. Necesita siempre regresar sin dificultad a su posición normal.

Precipitarse es mal negocio

No es el momento de oir radio. Lleve el automóvil por algún camino irregular —vías de ferrocarril, empedrados, baches— y cerciórese de que no se siente un vaivén prolongado. Esto, lejos de ser una señal de suave suspensión, es signo de mal estado de los amortiguadores. No olvide que tampoco deben oírse ruidos metálicos ni *tableteo* provenientes de las ruedas.

Que las piedras no hagan *bailar* el volante. ¡Compruébelo!.

A la hora de pasar topes, no deben oírse ruidos en las ruedas delanteras, ni sentirse pequeños empujones en el volante.

Escuche si hay silbidos porque los cristales no cierren bien.

Seleccione una calle tranquila, y, con toda precaución, pruebe los frenos, incluyendo el de mano.

Cuando haya encontrado dos o tres vehículos que por su precio, estado y modelo le convengan, puede compararlos entre sí. Es conveniente pagar un poco de dinero por una revisión que no toma más de 45 minutos. Recurra a los consejos de un mecánico de confianza.

Mida la compresión del motor. Vea que las bujías no tengan aceite. Observe el chasis. Quite una rueda delantera para revisar los frenos. Verifique que no haya escurrimientos en los amortiguadores, las juntas del cárter y los sellos de la transmisión. Revise los sistemas eléctricos y de enfriamiento, las velocidades, clutch y el diferencial —que no entre agua por los parabrisas.

Pida al mecánico un presupuesto de las reparaciones que requiere el coche.

Ya que eligió el auto, ojo con los documentos legales. Recuerde que un automóvil sin problemas de orden legal debe reunir lo siguiente:

- Factura comercial del vendedor original con los endosos y firmas de los dueños anteriores.
- Tarjeta aduanal (tarjetón) del Registro Federal de Automóviles, en cuyo reverso aparecen también los nombres de los propietarios anteriores.
- Tarjeta de circulación.
- Placas de circulación, y calcomanía correspondiente.
- Calcomanías del pago de tenencias que cubran por lo menos un período de cinco años anteriores.

En todos los documentos, los números del motor y de la carrocería deben ser iguales y coincidir con los que están en el coche.

Es indispensable hacer de inmediato la notificación de cambio de propietario en el Registro Federal de Automóviles, y si la documentación corresponde a un estado de la República, hay que tramitar la baja y alta del vehículo en las oficinas de Tránsito correspondientes.

Es necesario que al cerrar un trato de compraventa se expidan recibos en donde conste el valor convenido, los datos completos del vehículo, el número de motor y carrocería, así como todos los antecedentes del vendedor.

Si pone cuidado en esta ya larga sucesión de consejos, usted habrá corrido una buena aventura, que será muy provechosa. De lo contrario, bien puede malgastar su dinero. Recuerde: antes de adquirir un auto usado, infórmese, revise, compare, seleccione y nunca, por su bien, se precipite.

Javier Rascón Nieves

Cómo comprar un auto usado

El secreto para comprar un auto usado adecuado consiste en fijarse en los siguientes detalles.

- Determine qué tipo de automóvil es el que necesita. La capacidad de carga y de pasajeros, cuánta gasolina gasta, cuántas puertas quiere, y similares.
- Fíjese si tiene golpes o defectos en la carrocería, revise las salpicaderas, las láminas interiores del cofre y cajuelas y las tolvas.
- Inspeccione el interior: forros, asientos, pedales, alfombra, etc. Busque lugares que han escapado al "acondicionamiento". Compruebe el estado del acumulador, las bandas del ventilador, los filtros de aire.
- Asegúrese de que todo funcione bien. Instrumentos del tablero, ventanillas, luces, cerraduras y demás accesorios.
- Lleve el auto que desee comprar a un mecánico de confianza para que revise la compresión del motor, la alineación de las ruedas y pruebe los frenos y amortiguadores.
- Haga una prueba de manejo. Compruebe los cambios de velocidad, engranaje, frenos, etcétera.
- Haga todo lo posible por pagarlo al contado. Tenga en cuenta que si compra a crédito, aumentará el precio en una tercera parte.
- Procure regatear... es la costumbre y el vendedor espera que así sea.
- Si es posible, evite entregar a cuenta el auto que ahora tiene. Si logra vender su coche directamente a un particular es probable que le paguen mejor precio.

de derecho y hecho: la PFC

"La Procuraduría Federal del Consumidor (PFC) es un amigable componedor entre los problemas del comprador y el proveedor", comunicó a esta revista un funcionario de la misma al pedírsele que explicara en pocas palabras funciones de la Institución.

Agregó que se trata de un organismo que, entre otras actividades, se dedica a evaluar las quejas que recibe. "Al tener razón el consumidor, la Procuraduría, cita a las partes en litigio y trata de conciliar los intereses de ambas. En caso de que existieran violaciones a otras leyes, hará las denuncias pertinentes a las autoridades que correspondan", señaló.

Sostuvo el funcionario, no obstante, que la Procuraduría no defiende ciegamente a una persona por el simple hecho de ser consumidor.

"Su misión principal es la de representar los intereses de los compradores frente a las autoridades administrativas y organismos privados y los proveedores de bienes y prestadores de servicios".

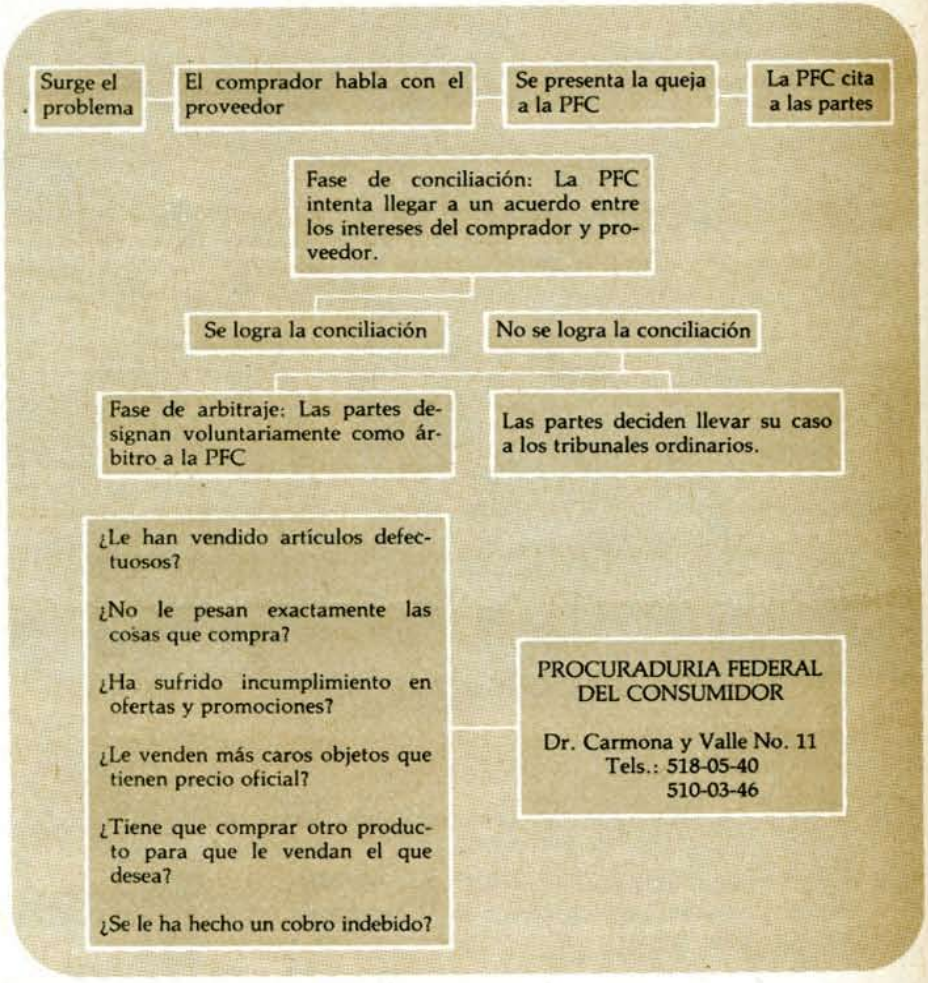
Interrogado por Revista del Consumidor sobre los procedimientos que emplea la Procuraduría para solucionar un conflicto, explicó que el organismo actúa primero como conciliador. "Si las partes no llegan a un acuerdo, pueden nombrar árbitro a la Procuraduría y tratar así de solucionar el problema en una segunda fase del procedimiento", dijo.

"Sin embargo, en muchas ocasiones, el problema se concreta únicamente a diferencias entre los puntos de vista del proveedor y del consumidor. En este caso, la Procuraduría actúa sólo como intermediaria para lograr un acuerdo".

Agregó luego: "Cuando un comprador considere que se ha cometido en su contra una infracción a la Ley Federal de Protección al Consumidor, lo primero que puede hacer es recurrir al vendedor o gerente de la tienda, exponer su inconformidad, y tratar de corregirla. Si no fuera posible llegar a un arreglo, la Procuraduría queda a su disposición para recibir la queja y proseguir con lo que corresponda.

"Pero es necesario —indicó— que el consumidor presente junto con su queja algún documento que ayude a demostrar el motivo por el cual se siente dañado".

Según el funcionario, en más del 70 por ciento de los casos vistos se han encontrado arreglos favorables para el comprador.



"CONSUMMATUM EST"

Renato Ledue

Los tecnócratas o, mejor dicho, los tecnólogos que están actualmente de moda, a cada paso inventan palabras y expresiones nuevas para designar, las más veces, cosas y fenómenos muy viejos... Hace algún tiempo lanzaron a la circulación y por ahí anda rodando en boca de burócratas y de grillos de medio pelo, la palabra *consumismo*... palabra fea, malsonante e, incluso, equívoca. Cualquiera que no la conozca, y aún conociéndola al escucharla se le viene a los labios la pregunta ¿Con su mismo qué? Pero seguramente que el inventor de la palabreja quiso designar con ella la actitud o acto característico que se realiza en la *sociedad de consumo*... esta sociedad en que nos ahogamos y en la que precisamente se consuma el *consumismo* abusivo, sistema comercial que consiste a lo que parece en obligar al consumidor o cliente del comercio establecido en consumirse en el trabajo cotidiano para consumir totalmente los productos o beneficios de éste en la adquisición de toda la variedad de mercaderías y baratijas que para nada le sirven y que el mercachifle le mete por los ojos en sus tiendas y a través de falaces programas publicitarios... La expresión *sociedad de consumo* es pues, bastante acertada al subrayar esa característica que es una de las más acusadas de la sociedad actual, el *consumo o consumismo*. No siempre ha ocurrido así. El Siglo XIX fue llamado por los literatos (entonces no existían todavía ni los tecnólogos ni los tecnócratas) el Siglo de las Luces. No obstante, más de la mitad de ese siglo la gente se alumbró con velas y candelas, otros treinta años con quinqués y lámparas de petróleo y finalmente con opacos y amarillentos foquitos eléctricos al rededor de los cuales revoloteaban nubes de moscas y mosquitos. Esas luces del siglo... pasado, en su mejor época, estaban tachadas de puntitos negros que no eran otra cosa que cacas de mosca.

Sociedad de Consumo

La *sociedad de consumo* —repetimos— en donde se consuma el *consumismo* y se consume el consumidor. Es pues, una especie de Economía Doméstica dirigida de la que fué precursor, en cierto modo, el licenciado Tortolero y Vallejo allá en los llamados ¿quien sabe por qué? 'fabulosos años veinte'. El licenciado Tortolero, asiduo y excelente catador de toda clase de vinos y licores, recorría las cantinas de la ciudad ejercitando lo que él llamaba 'el trago obediente'... que consistía en esto: al entrar a la cantina, el licenciado observaba minuciosamente las paredes, los espejos y los lavabos del salón.

La verdad en el vino

Si encontraba carteles o pancartas publicitarias de algún vino o licor pedía al cantinero una copa de los anunciados: 'dame un habanero Berreteaga' o un 'Coñac Martell' o un 'Tequila Cuervo' o un 'mezcal Cerro Prieto', etc. Pero si no había aviso propagandístico, se salía sin tomar nada y se iba a otra cantina a repetir la operación. Cuando le preguntaba uno, ¿Por qué te saliste de ahí sin tomar nada? contestaba 'Porque ahí nada sugieren ... Sugerir... He ahí el verbo clave de los pulpos manipuladores de la *sociedad de consumo*... Una mañana, hace tres o cuatro sexenios, cuando la vida todavía era barata en México, el Fantasma, chofer o ayudante del dirigente sindical electricista Paco Pérez Rios, se acercó a este y le solicitó 'Préstame veinticinco pesos para ir a almorzar aquí a 'Los Guajolotes' con mi changa'. El famoso líder con fingida indignación gritó: '¿Veinticinco pesos para almorzar en los Guajolotes?. Estás loco. En ese fonducho con diez pesos te hartas de tragar'. Calmadamente El Fantasma explicó: 'Eso era antes Paco... pero ahora tienen ahí a un buey que sugiere, que, sin fijarse en ti, le ofrece a tu changa con voz ladina, langosta a la americana, pechugas de ángel, lenguas de canario, ancas de rana, cangrejos moros y otros platos raros y caros que la changa escoge nada mas por curiosidad y por fregarte". En efecto, la sugestión y la sugerencia son los métodos de succión que los pulpos de la *sociedad de consumo*, emplean masiva y reiteradamente en sus establecimientos y fuera de ellos para obligar al consumidor a que consuma sus recursos en la adquisición de golosinas y baratijas innecesarias cuando no perjudiciales y nocivas...

No queriendo, me toca

El papel de 'Buey que sugiere' en las colosales tiendas o supermercados de la *sociedad de consumo*, son las llamadas agencias de publicidad y propaganda frecuentemente también colosales y super-organizadas, forjadoras de carteles, grabados, fotografías, fotomontajes a veces de alto valor artístico y de lemas, leyendas y slogans las más veces idiotas, respectivamente para apantallar y lavar el cerebro a la clientela... Verdaderos cómplices —las tales agencias publicitarias— de los pulpos succionadores de la *sociedad de consumo*, en el delictuoso acto de chuparle la sangre al consumidor hasta la última gota... Este agotador fenómeno, cáncer de la sociedad en que respiramos es el que los tecnólogos y tecnócratas llaman *consumismo*... Para combatirlo el Gobierno de la República... Continuará...

Los peligros de la automedicación

La autoadministración de diversos productos, con fines curativos, es una práctica tan antigua como la raza humana. Ya desde épocas primitivas el hombre se percató de que tomar ciertas hierbas le causaban efectos más o menos notables, a veces aparentemente benéficos.

Al llegar a la etapa industrial se comenzaron a producir medicamentos que al ponerse a disposición del público, hicieron del boticario un virtual "consejero de enfermos".

La gran mayoría de las personas que trabajan como dependientes o farmacéuticos, sin embargo, pueden estar relativamente informados sobre algunos efectos de las medicinas, pero no están facultados para determinar con propiedad las indicaciones correctas y la parte clínica de las enfermedades, lo cual queda reservado al médico.

Desafortunadamente, en una era moderna de grandes avances científicos en el mundo de la medicina ha surgido el grave problema de salud pública llamado "automedicación". Es decir, la ingestión o administración por propia iniciativa de diversos medicamentos, ya sea de los considerados como de "prescripción médica" o, los que pueden adquirirse *sin receta* en cualquier droguería o tienda de autoservicio.

Javier Rascón Nieves

Prácticas publicitarias inadecuadas

En México, muchas personas obtienen fácilmente numerosos productos sin la respectiva receta y, lo que es más grave, la mayoría de las veces sin haber una justificación real para la toma o aplicación del medicamento. Esto causa una gran cantidad de problemas de salud, es decir, se logra el efecto contrario al esperado ya que quien se "automedica" supuestamente lo hace con la idea de curarse.

Otro importante factor que favorece la tendencia a "autorecetarse" ha sido el desarrollo de prácticas publicitarias inadecuadas en los medios masivos de comunicación. Estos inducen a comprar y consumir toda clase de medicinas populares, sean buenas o no.

El uso de medicinas para calmar el dolor —analgésicos— sin control médico, puede ocasionar graves daños en el aparato digestivo y el sistema nervioso. Se ha comprobado que algunos de los componentes de estos productos farmacéuticos llegan a provocar lesiones en los riñones y/o el hígado.

Ciertas personas son alérgicas a la aspirina (ácido-acetil-salicílico). Las mujeres embarazadas no deben tomar analgésicos con aspirina a menos que lo indique un médico.

En las farmacias se expenden "sprays" y enjuagues bucofaríngeos, trociscos para chupar, cremas y pomadas para la piel que contienen antibióticos de acción local. Esto da lugar al desarrollo de gérmenes resistentes y en algunos casos a reacciones alérgicas.

El tratamiento con antibióticos, de efectos provechosos para dominar enfermedades infecciosas, no debe emplearse a menos de ser estrictamente necesario. Algunos pocos pueden producir lesiones permanentes y aún la muerte. La mayoría de tales medicamentos pueden tener efectos secundarios desagradables (diarrea, vómito, náuseas, urticaria). Se ha establecido que el aumento de cepas de bacterias resistentes a la acción de los antibióticos está relacionado en forma directa con el uso inapropiado y la dosis incorrecta. La decisión de emplear un antibiótico siempre debe estar en manos del médico.

Riesgos mortales

Muchas otras medicinas están elaboradas con componentes cuyo empleo es delicado.

Javier Rascón Nieves

Las píldoras para bajar de peso que incluyen en sus ingredientes substancias llamadas anfetaminas pueden formar hábito, sobre todo cuando se utilizan en cantidades importantes. Los riesgos del consumo de anfetaminas sobrepasan cualquier ventaja que pudieran acarrear.

Las vitaminas no son productos que puedan emplearse sin autorización médica o en dosis elevadas y sin control, ya que algunas de ellas pueden determinar efectos tóxicos o verdaderas enfermedades por acumulación.

Los medicamentos bien indicados y dosificados son habitualmente de gran beneficio, pero también pueden ser de riesgo mortal si son mal empleados.

Javier Rascón Nieves

Recuerde:

- Siempre consulte a su médico. Jamás decida por usted mismo cuál es la medicina que *le conviene* tomar.
- Nunca recete medicinas o remedios. Una mala indicación o un exceso en la dosis puede traer serias consecuencias para la salud.
- Nunca deje ningún tipo de medicinas al alcance de los niños. Guárdelas siempre en lugar seco, fresco y seguro.
- Mantenga bajo refrigeración los medicamentos que así lo requieran.
- Lea cuidadosamente las instrucciones que vienen en los productos farmacéuticos antes de tomarlos. Asegúrese de revisar la "fecha de caducidad" (o tiempo de vencimiento del efecto) y las pruebas de alergia en los casos que sea necesario; la "posología" (dosis) y la "vía de administración". Si tiene dudas consulte a un médico.
- Manténgase alerta respecto a la publicidad sobre medicamentos populares que se venden sin prescripción médica.
- Promueva la "medicina preventiva" que comienza con la correcta alimentación, la vida sana y el deporte, y siga los conceptos de la medicina "natural" en contra del abuso de los medicamentos.

CREDITO CONTRA ABUSOS: FONACOT

Carlos Valderrama Canales, 22 años, casado, 3 hijos, obrero no calificado de una industria textil, perdió gran parte de sus pertenencias en las recientes inundaciones que afectaron a Tampico, Tamps. Su sueldo mensual es de $ 2 mil 538 pesos al mes, lo que significa que con $ 634 pesos 50 centavos a la semana u $ 84 pesos 60 centavos al día, debe cubrir gastos de renta, luz, transporte, comida y ropa para los menores. El dinero, sencillamente no alcanza.

En docenas de hogares similares de León, Guanajuato, Irapuato, San Francisco del Rincón y Silao, cientos de damnificados sufrían el mismo drama de Valderrama. ¿A quiénes recurrieron?. Al Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT).

En las palabras de su director general Carlos Guerrero Larragaña, el FONACOT es una institución creada con el objetivo expreso de otorgar crédito a los trabajadores, "para que éstos puedan obtener los bienes de consumo duraderos—camas, refrigeradores, muebles, etc.— que requieren para mantener o mejorar la calidad de vida sustancialmente". En otras palabras, el Fondo no es más que un banco popular.

En entrevista con Revista del Consumidor, el titular del Fondo explicó que el 77 por ciento de los trabajadores afiliados a la institución no eran sujetos del préstamo bancario y difícilmente hubieran podido tener alguna vez acceso al mercado de bienes de consumo duradero utilizando los canales tradicionales. Gracias al Fondo, sostuvo, más de un millón de mexicanos han logrado financiamiento y reducciones de precios que han propiciado economías del orden de los mil 200 millones de pesos para las familias obreras.

Préstamos, al trabajador de escasos recursos

Los recursos del FONACOT se otorgan de acuerdo a la escala de salarios de los asociados. De ésta manera, 43 por ciento de los préstamos del organismo fueron a trabajadores con salarios mensuales inferiores a los 2 mil 600 pesos; 50 por ciento para trabajadores con sueldos entre 2 mil y 601 y 5 mil 800 pesos, y 7 por ciento a empleados con remuneraciones entre 5 mil 801 y 11 mil 790 pesos. "Por sobre esta cantidad no concedemos crédito porque pensamos que un trabajador que perciba 5 veces el salario mínimo, cuenta con sus propios canales de financiamiento" dijo Guerrero Larragaña.

Según el director general de FONACOT, el organismo no es un establecimiento comercial donde los precios de los artículos están por los suelos y "siempre en barata". Es una institución creada para impulsar al trabajador a que se convierta en un comprador digno de crédito, otorgándole el aval necesario para efectuar sus adquisiciones.

Los intereses anuales que cobran son mínimos, y todos los pagos se efectúan de acuerdo al salario percibido, en un plazo hasta de 2 años. Asimismo, las deudas hereditarias las elimina el Fondo, financiando con sus propios recursos la cantidad de dinero a cubrir en caso de que el trabajador falleciera o quedara imposibilitado para cumplir con sus funciones a causa de un accidente.

Le protege el salario de especulaciones.

Desde agosto pasado, el FONACOT ofrece también financiamiento para escolares, créditos por vacaciones y servicios funerarios. "Estos préstamos, señaló el director general del FONACOT, se distribuyen de acuerdo a las necesidades de los solicitantes y pueden tener un plazo de reintegro de seis meses".

Guerrero Larragaña dijo, refiriéndose al tema de la educación, que el financiamiento está dirigido principalmente a la adquisición de libros, artículos escolares, vestido y calzado.

Además beneficiará, —precisó—, a los trabajadores, hijos y familiares dependientes que se encuentren cursando primaria o que sigan cursos técnicos o cualquier otro catalogado dentro de la educación media y los que, por último, puedan acreditar su calidad de estudiantes universitarios o similares.

Al mencionar los préstamos para impulsar el turismo popular y ayudar al trabajador en los gastos por servicios funerarios, el director del Fondo manifestó que se trata de mecanismos crediticios "ágiles y muy expeditos".

Agregó luego: "Habiendo superado el periodo de iniciación y consolidación de sus operaciones, el FONACOT se encuentra en una nueva etapa de desarrollo que presupone, no sólo atender cada vez a un mayor número de trabajadores en lo que se refiere a la adquisición de bienes de consumo duradero, sino también al diseño e instrumentación de mejores fórmulas que protejan al salario de especulaciones injustificables".

Si usted...

- Trabaja y es mayor de 18 años
- Tiene más de un año en su trabajo
- Cuenta con un ingreso fijo que va del salario mínimo hasta 5 veces el mismo

¡Puede ya obtener su aval para comprar a crédito!

¿Cómo afiliarse al FONACOT?

1. Pida una solicitud de afiliación en su centro de trabajo, sindicato o en cualquier lugar de asociación al FONACOT.
2. Escriba la parte que corresponde a los datos del trabajador, a máquina o con letra de molde.
3. Presente la solicitud al departamento de personal de la empresa donde trabaja para que ésta escriba la parte que corresponda.

Javier Rascón Nieves

Hay que saber cuánto dinero entra y cuánto sale

Usted como la mayoría de las amas de casa, destina una parte considerable de los ingresos familiares a la compra de alimentos. Sin embargo, lo más probable es que no sabe exactamente cuánto gasta cada semana, ni cuáles son las necesidades nutricionales de su familia.

Javier Rascón Nieves

La nutrición es la base de la salud, y si no contamos con ésta, no seremos miembros productivos de la sociedad. Es indispensable comer los alimentos adecuados todos los días, basándonos en los cuatro grupos básicos, que son:

- Lácteos (leche, queso, yogurt)
- Carne, aves, pescado, huevos y leguminosas (frijoles, lentejas, habas y soya).
- Frutas y verduras frescas.
- Pan, tortillas, pasta y cereales.

Basta incluir en la comida diaria una ración de cada grupo para asegurar la cantidad suficiente de todos los nutrientes esenciales para el buen funcionamiento del organismo.

Ahora bien, si la buena nutrición de su familia es tan sencilla como la hemos descrito, cabe mencionar otra verdad: no es necesario gastar mucho para estar bien alimentado. Comer alimentos exóticos tal vez sea placentero pero no asegura su buena nutrición. Además, comprar alimentos frescos tradicionales no quiere decir que la dieta será monótona, pues en México contamos con una gran variedad. Solo se requiere de un poco de imaginación y un buen recetario para crear platillos exquisitos y variados. A propósito de los alimentos enlatados, se sugiere que éstos se utilicen en un grado mínimo ya que resultan mucho más caros y menos sabrosos que los alimentos frescos.

Otra cosa es saber cómo manejar su dinero. Si no lo presupuesta, le pasará lo que a muchas amas de casa: gastan todo a principios de la quincena y a finales se ven obligadas a economizar.

Fácil y difícil

El primer paso para presupuestar su gasto es hacer una lista de las necesidades reales de su familia preferentemente por semana o por quincena, basándose en el gasto disponible. Elimine todo lo que no sea absolutamente necesario. Aparte las cantidades requeridas por cada concepto, como son: renta, luz, ropa, gasolina, alimentos, etc. y recuerde que siempre debe tener un fondo de emergencia para gastos imprevistos (reparaciones, médicos, etc.). Tenga en cuenta que la cantidad retirada

para la compra de los alimentos debe ser suficiente, mas no excesiva. Si presupuesta demasiado podría gastar de más en artículos innecesarios tales como golosinas y refrescos embotellados.

Si bien presupuestar es fácil, es difícil mantenerlo a la hora de efectuar las compras. Lo importante es decidir lo que necesita *antes* de entrar a la tienda y no dejarse influenciar por lo que ve. Recuerde que las tiendas están diseñadas para motivarlo a usted a comprar el máximo posible. Haga una lista con calma y planee los alimentos para varios días. Al escoger la mercancía, no se lleve nada que no sea necesario.

Aquí cabe mencionar que cuando compra alimentos, es recomendable ir solo, pues los demás miembros de la familia, especialmente los niños, tratarán de influenciar sus decisiones de compra.

Escoja siempre el comercio donde ofrecen mayor calidad y mejor precio, pero piense también en sus gastos de transporte.

La oferta no siempre es ahorro

Compre solamente lo que va a utilizar en un tiempo razonable. De otro modo habrá mucho desperdicio. Los alimentos perecederos como son leche, carne, quesos, huevos, verduras y frutas frescas deben comprarse por lo menos 2 veces a la semana y mantenerse, por supuesto, bajo refrigeración. No compre el tamaño grande si su familia es pequeña. Lo más probable es que se desperdiciará parte del producto. Se sugiere además que no se confíe en que el tamaño grande es más económico que el chico o mediano. ¡Haga los cálculos usted misma y confírmelo!

Aprovéchese de ofertas solamente si está segura de que le ahorran dinero. Sobretodo en la compra de alimentos no perecederos, por ejemplo; harina, leguminosas secas, pastas, arroz, azucar, etc. usted podrá aprovecharse de precios bajos y almacenar para el futuro.

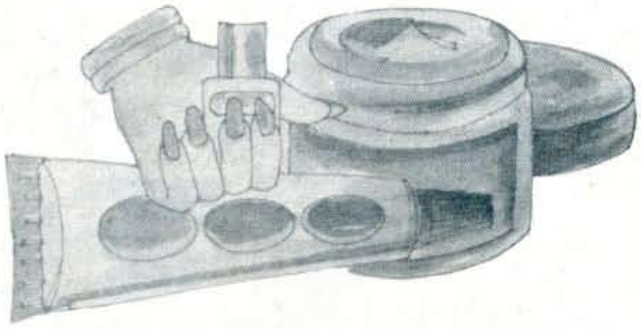
Por último, es muy importante llevar una cuenta de *todo* lo que se gasta en alimentos, por mínimo que sea. Esto le ayudará de dos maneras:

Le servirá para presupuestar sus gastos futuros, y podrá eliminar más fácilmente cualquier impulso.

NOTAS DE CONSUMO

PROHIBEN NORTEAMERICANOS CLOROFORMO EN MEDICAMENTOS

Recientemente las autoridades norteamericanas prohibieron la utilización de cloroformo en medicamentos contra la tos y pastas dentífricas, pues se ha probado que causan cáncer en animales de laboratorio. Ya desde abril pasado, la Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos había prevenido contra el uso de esta substancia en drogas, cosméticos y envases alimenticios.



AVANZA LA INVESTIGACION DE LA HARINA DE PESCADO

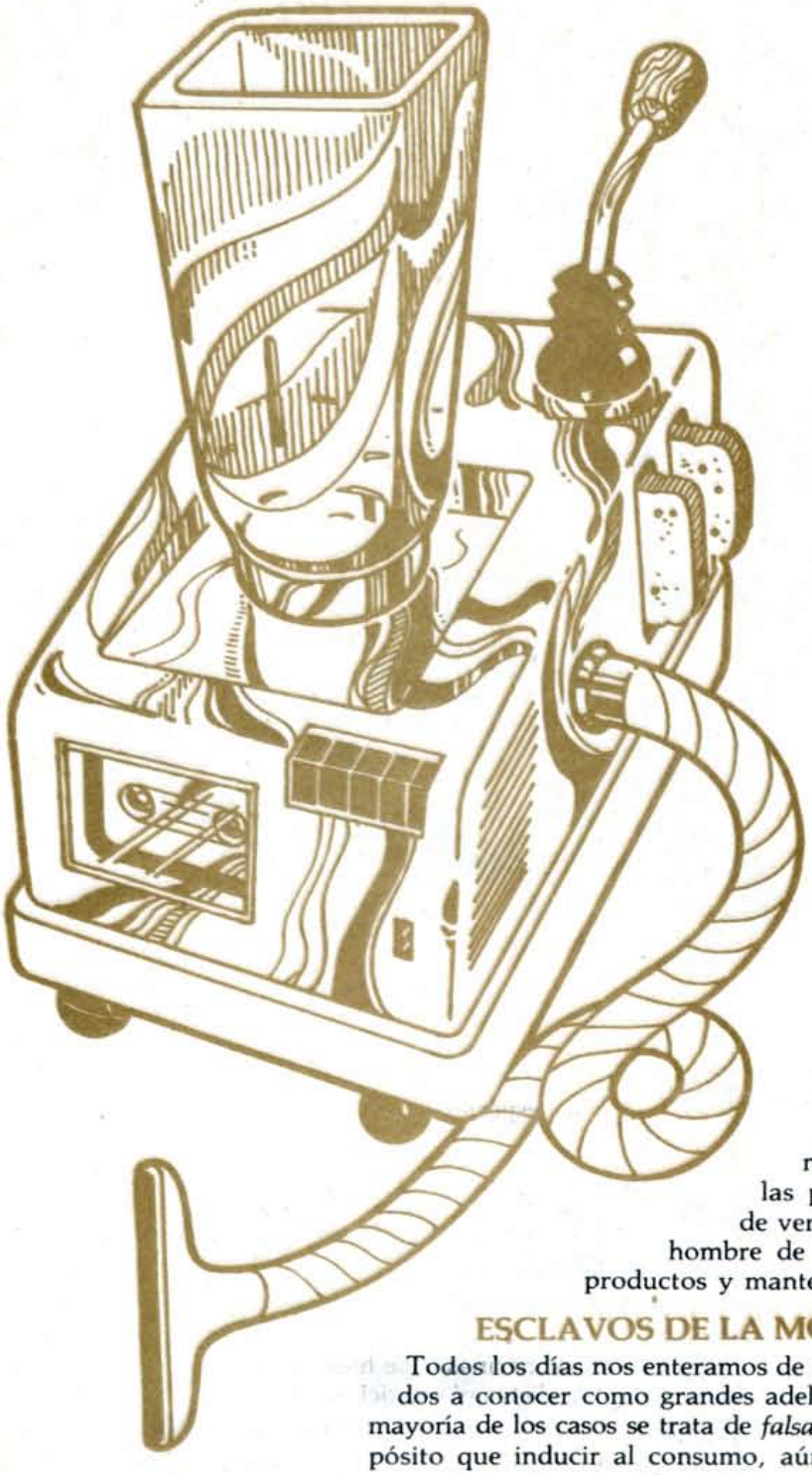
El problema de la utilización de harina de pescado en la elaboración de proteínas, ha sido resuelto a escala semi-técnica en Polonia. La harina, que no podía mezclarse con otras substancias alimenticias, ha podido prepararse como una pulpa que contiene todos los aminoácidos indispensables para alimentar al hombre. A la vez, se ha eliminado el olor y sabor a pescado que era el obstáculo para generalizar su consumo.

"HIDROCOMBUSTIBLE" PARA LOS COCHES

En una nota de un periódico de la capital se informa que un científico norteamericano ha inventado un combustible para vehículos llamado "hidrocombustible", compuesto de alcohol crudo, gasolina de octanaje medio, de agua y una pequeña cantidad de hidrelate, substancia elaborada por el inventor. Se afirma que la mezcla puede reducir en 50% el consumo de gasolina en los automóviles sin necesidad de cambiar su sistema mecánico tradicional.

Gerardo Medellín Villafuerte

VARIABLE, CAMBIANTE



Javier Rascón Nieves

El modo de vida de los seres humanos en el siglo 20 cambió radicalmente con respecto a los anteriores.

Dicho de otra manera, la vida moderna poco tiene de común con la de nuestros abuelos.

La radio, la televisión, el cinematógrafo, la aviación, el automóvil, la energía nuclear y las computadoras, para nombrar algunos, han operado cambios verdaderamente radicales en la vida de todos.

Actualmente se utiliza con la mayor naturalidad una gran cantidad de artículos que ni la más despierta imaginación del siglo 19 hubiera podido concebir. Por otra parte, el cambio no se detiene: cada día nacen y mueren infinidad de productos. La innovación está a la orden del día y alimenta el progreso.

¿Pero qué es una innovación?

Es la creación de algo nuevo: el descubrimiento de un artículo desconocido o la flamante aplicación de uno ya existente. En la vida moderna las innovaciones se suceden a velocidades vertiginosas; la vida de los productos y servicios es cada vez más corta y nuevas invenciones surgen aceleradamente como esfuerzos desesperados de los industriales y comerciantes por sobrevivir en un medio competitivo.

Las innovaciones son introducidas al mercado por un complicado aparato comercial que utiliza un buen número de reforzadores: la publicidad, las promociones, las ofertas y las técnicas de venta, son poderosos instrumentos que el hombre de negocios emplea para dar a conocer sus productos y mantenerlos en el gusto del consumidor.

ESCLAVOS DE LA MODA

Todos los días nos enteramos de la existencia de nuevos productos dados a conocer como grandes adelantos. Pero lo cierto es que en la gran mayoría de los casos se trata de *falsas innovaciones* que no tienen más propósito que inducir al consumo, aún a costa de grandes desperdicios y

despilfarros. Los limpiadores que cambian de color al contacto con el agua, los detergentes con chispitas de colores, las pastas dentales transparentes, los cigarrillos con nueva presentación, no son más que productos viejos a los que se les han hecho modificaciones superficiales que en nada contribuyen a aumentar su utilidad y que muy probablemente se ven reflejados en incrementos de precios.

Algunas innovaciones contribuyen a aumentar nuestra velocidad de consumo y dentro de esto encajan todos aquellos productos que pueden identificarse con la frase de *tírese después de usarlo*. Así tenemos pañales, biberones, jeringas, servilletas y pañuelos desechables; encendedores y bolígrafos no recargables, y envases no retornables.

Pero la gran mayoría de las innovaciones ficticias están dadas por la moda. Esta determina nuestras diversiones, nuestro vestido, nuestra apariencia personal, los alimentos consumidos, nuestras bebidas, en fin, casi todas nuestras adquisiciones.

La moda es parte esencial de la sociedad de consumo y cae dentro de lo que se conoce como obsolencia planificada. Esto no es más que las estrategias que sigue el aparato industrial y comercial para lograr disminuir la vida de los productos. En otras palabras, que lo que compremos hoy caiga en desuso mañana y que las cosas no duren más de lo que conviene a los intereses del fabricante.

No podemos seguir utilizando la ropa del año anterior aunque se encuentre en buen estado, porque las corbatas hoy deben ser más anchas, la falda más corta o larga, las solapas distintas, los pantalones acampanados.

¿QUE HACER?

El consumidor debe tratar de protegerse y no dejarse engañar por falsas innovaciones. Debe adquirir únicamente lo necesario y no propiciar el desperdicio. Debe efectuar racionalmente sus decisiones de compra y no dejarse manipular por la publicidad que lo induce al consumo inmoderado.

Lo verdadero o falso de una innovación lo decide usted en función de la utilidad que le proporcione, recuerde.

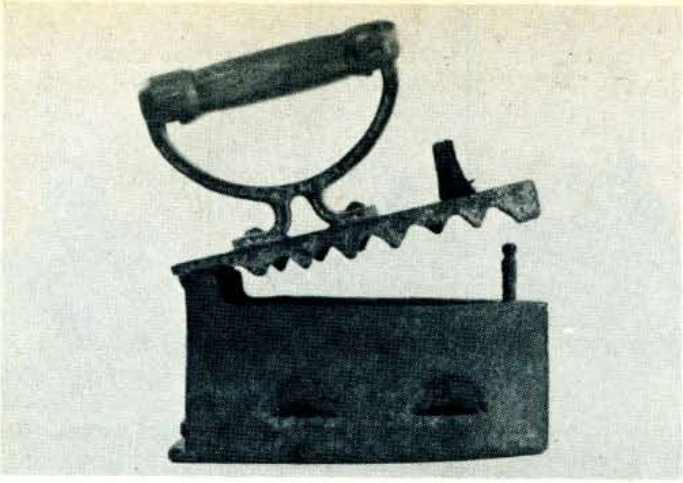
Javier Rascón Nieves

CON...

- Las pilas de "poder especial", que en realidad son iguales a las de uso normal.
- El líquido vendido en gasolineras para utilizarse en el acumulador del vehículo y que no es más que agua destilada envasada y suceptible de ser adquirida en farmacias a un costo menor.
- Las pantallas de color sobrepuestas a los televisores blanco y negro, para que el espectador se haga la ilusión de que está viendo imágenes a color.
- Las cremas de algas marinas y de hierbas medicinales para bajar de peso y adelgazar sin dietas ni ejercicios.
- Las licuadoras de más de cuatro velocidades, que no ofrecen ninguna ventaja adicional, sólo encarecen el producto.

EL ESTUDIO COMPARATIVO DEL MES

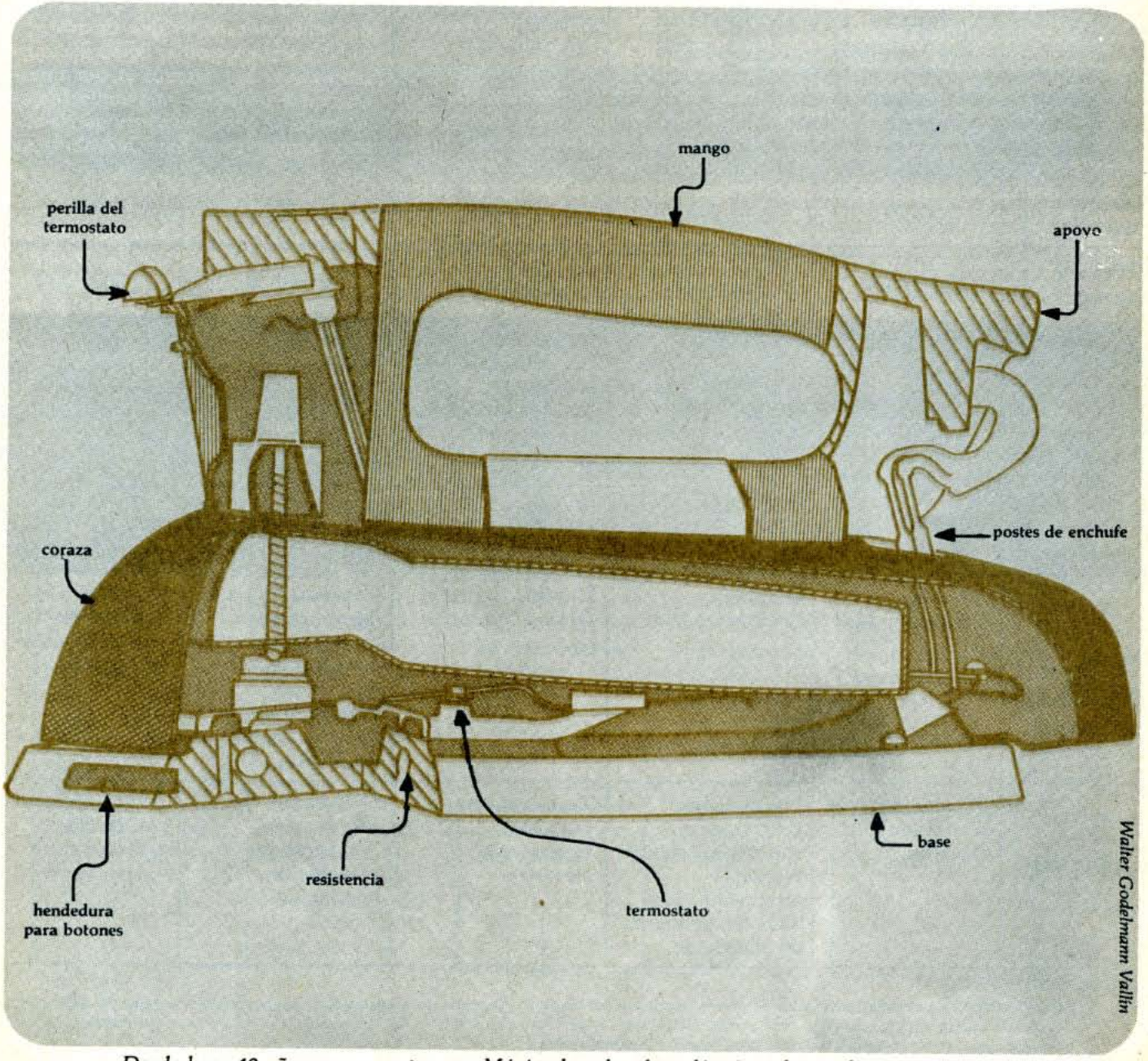
OCHO MARCAS DE PLANCHAS



"Conózcalas todas y escoja la más conveniente para usted".

Según datos aún no oficiales, 2 de cada 3 hogares mexicanos urbanos cuentan hoy en día con algún tipo de los aproximadamente 20 modelos de planchas eléctricas que se ofrecen en el mercado. Entre éstas, las hay desde las modernas de vapor, diseñadas y fabricadas para ofrecer al usuario ciertas comodidades, hasta aquellas que no controlan su calentamiento. Y aún se ven en la provincia planchas que utilizan el carbón como energía.

La plancha eléctrica de regulación automática apareció en México hace aproximadamente unos 40 años. Desde entonces, el aparato no ha sufrido mayores transformaciones y cumple con los requisitos para un buen planchado.

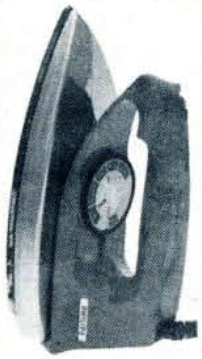


Desde hace 40 años se encuentran en México las planchas eléctricas de regulación automática.

MARCA Y MODELO	Eureka Peso pluma	Eureka 101 y 102	General Electric PL-210	General Electric PL-500	Hoover 4357
PRECIO $ Mínimo Máximo	129.95 150.00	59.95 70.00	121.00 238.00	283.00 416.00	129.95 175.00
PESO, Kg. (aproximado)	1.100	1.700	1.200	1.500	1.200
POTENCIA (Watts.)	adecuada	adecuada	excedida	excedida	excedida
ASPECTOS DE SEGURIDAD	"Toques accidentales en postes. Mango no se calienta	"Toques" en postes y coraza. Sobrecalentamiento en partes metálicas del mango.	"Toques" accidentales en postes si el ambiente es húmedo, en coraza. Sobrecalentamiento en partes metálicas del mango.	"Toques" accidentales en postes a lo largo del uso, ocasionales en coraza. Sobrecalentamiento en partes metálicas del mango.	Si el ambiente es húmedo, "toques" en coraza. Sobrecalentamiento en partes metálicas del mango.
ASPECTOS DE CONSTRUCCION.	Durable. Reparación fácil.	Durable. Reparación fácil.	Durable. Reparación fácil.	Cambian ligeramente sus características eléctricas con el uso. Reparación exije de herramientas especiales.	Durable. Reparación exije de herramientas especiales.
OBSERVACIONES	Temperaturas de planchado elevadas	Los modelos difieren en el soporte del mango. No tienen termostato: muy altas temperaturas de planchado.	Temperaturas de planchado ligeramente elevadas.	Es la única tipo Vapor. Temperaturas de planchado adecuadas.	Temperaturas de planchado elevadas.

NOTAS:

1. La calificación de potencia "adecuada" se refiere, a criterio del Instituto Nacional del Consumidor, al empleo de una potencia eléctrica máxima de 800 watts para planchas tipo seco y 1000 watts para las de vapor. En cuanto a las temperaturas de planchado "adecuadas", el Instituto utiliza un valor máximo de 200°C. para la calibración de termostatos.
2. Casi todas las planchas tienen diferentes precios según los cambios en las letras o números del modelo, que puedan expresarse en recubrimiento de teflón en la base, un determinado color del mango y otras diferencias leves. El teflón favorece un desplazamiento más suave sobre las telas durante la operación de planchado. En la práctica el teflón se desgasta rápidamente.
3. En todas las marcas y modelos, se evita la propagación de flama en el cordón de alimentación, existe prevención contra calentamiento de

	Isetta 15-500	Mogum Travel	Mogum M-590	Osterizer PLO-1	Philips Mango abierto	 Philips Mango cerrado	Sunbeam A-11
	125.00 189.00	69.65 72.00	119.00 135.00	103.00 179.00	94.00 219.00	94.00 187.00	105.00 142.00
	1.200	1.200	1.000	1.000	0.800	0.900	1.000
	adecuada	adecuada	excedida	excedida	adecuada	adecuada	excedida
	"Toques" accidentales en postes. Mango no se calienta	"Toques" en postes. Sobrecalentamiento en partes metálicas del mango.	"Toques" accidentales en postes a lo largo del uso, ocasionales en coraza. Sobrecalentamiento en partes metálicas del mango.	No da "toques" Mango no se calienta	No da "toques" Mango no se calienta	No da "toques" Mango no se calienta	Si el ambiente es húmedo, "toques" ocasionales a lo largo del uso. Mango no se calienta
	Durable. Reparación fácil.	Durable. Reparación fácil.	Cambian ligeramente sus características eléctricas con el uso. Reparación exige de herramientas especiales.	Durable. Reparación exige de herramientas especiales.	Durable. Reparación exije de herramientas especiales. Fragilidad del mango por caída accidental.	Durable. Reparación exije de herramientas especiales.	Cambian ligeramente sus características eléctricas con el uso. Reparación exije de herramientas especiales.
	Temperaturas de planchado ligeramente elevadas.	No tiene termostato: muy altas temperaturas de planchado.	"Josmor" y "Mayson" están referidas a este modelo. Temperaturas de planchado elevadas.	Temperaturas de planchado adecuadas.	Temperaturas de planchado adecuadas.	Temperaturas de planchado adecuadas.	"Birtman" y "Sears" son fabricadas por esta empresa. Temperaturas de planchado adecuadas.

partes metálicas del mango y hay confiabilidad eléctrica tras caída accidental.

4. Industrias I.E.M. S.A. de C.V. tomó la decisión de suprimir la fabricación de planchas electromecánicas para uso doméstico a partir de enero del presente año.
5. General Electric de México, S.A. hizo llegar un prototipo presentando soluciones para corregir las deficiencias encontradas.
6. Mogum, S.A. ha suspendido temporalmente la fabricación de otros modelos.
7. Philips Mexicana, S.A. de C.V. ha suprimido la fabricación de modelos con potencia excedida.

El funcionamiento de una plancha es asunto relativamente sencillo: la energía eléctrica pasa por una resistencia en la placa metálica situada en la base del artefacto, y ésta se calienta. Después de un corto tiempo, la plancha está lista para cumplir con su objetivo principal.

Con el propósito de orientar e informar al público, el Instituto Nacional del Consumidor realizó recientemente un estudio para analizar, en forma comparativa, los diferentes modelos y marcas que se ofrecen en el mercado.

Por esta razón, se investigaron las diversas características, los precios, la operación, la efectividad de las garantías ofrecidas y otros aspectos como la facilidad de reparación de cada unidad.

Al hacer público este trabajo, el Instituto pretende ayudar al consumidor nacional proporcionándole los elementos necesarios que lo lleven a una mejor elección.

En base a este estudio también, se hacen sugerencias a los fabricantes para que introduzcan ciertas modificaciones a sus productos, ofrezcan mejores garantías, y den, por último, instructivos que expliquen más adecuadamente cómo utilizar el artículo.

¿Cómo se hizo la investigación?

El estudio se realizó con un grupo de personas expertas en los aspectos técnicos de las planchas. Equipos de sociólogos y economistas se encargaron de las investigaciones de campo y de mercado.

Se efectuaron compras anónimas de cada una de las marcas y modelos, y se hicieron además encuestas para conocer las opiniones, los juicios y experiencias de los usuarios.

Se analizaron los riesgos de seguridad, la construcción y el uso de las planchas, además de que se llevaron a cabo pruebas de planchado en numerosas prendas de vestir.

El muestrario de planchas utilizadas, finalmente, comprendió 31 modelos diferentes.

Resultados de la investigación

La fabricación de planchas la realizan en este país 8 productores que tienen sus plantas en la zona capitalina: Eureka, General Electric de México, S.A., Hoover Mexicana, S.A. de C.V., Industrias IEM, S.A. de C.V., Isetta, Mogum, S.A., Philips Mexicana, S.A. de C.V. y Sunbeam Mexicana, S.A. de C.V.

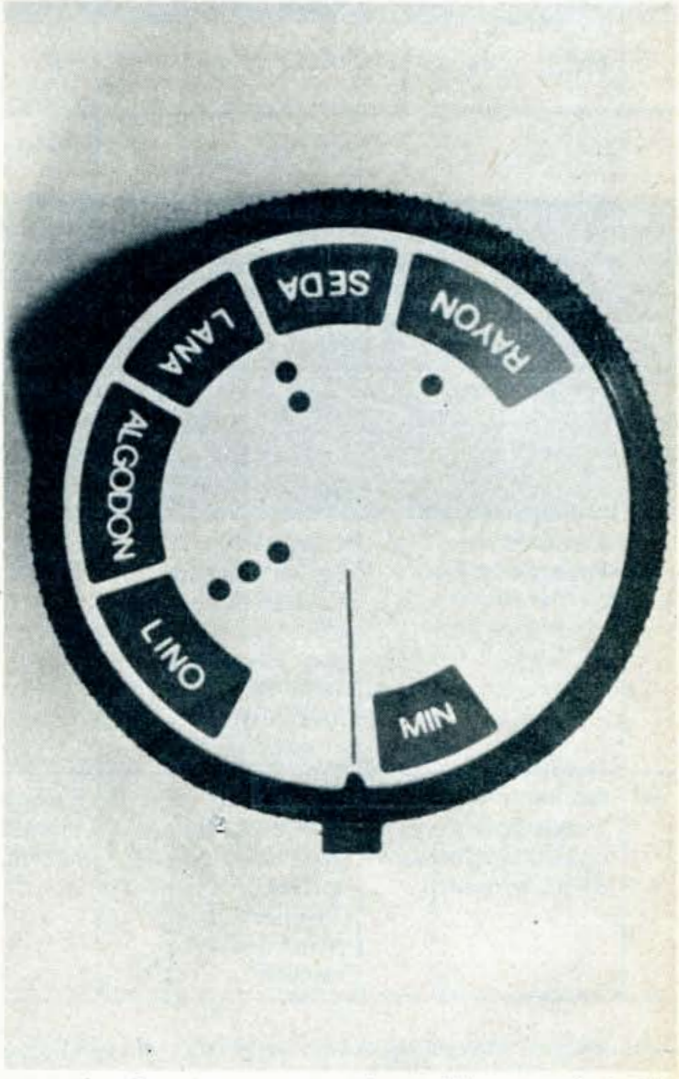
Estos proveedores lanzan al mercado alrededor de 20 modelos diferentes de planchas. Existen casos en que una sola empresa produce hasta 7 modelos, en tanto que otros elaboran sólo 1.

El volumen de unidades vendidas en México muestra un crecimiento constante y sostenido en los últimos años. Se calcula que durante 1976 se comercializará una cantidad cercana a los 1.3 millones de aparatos.

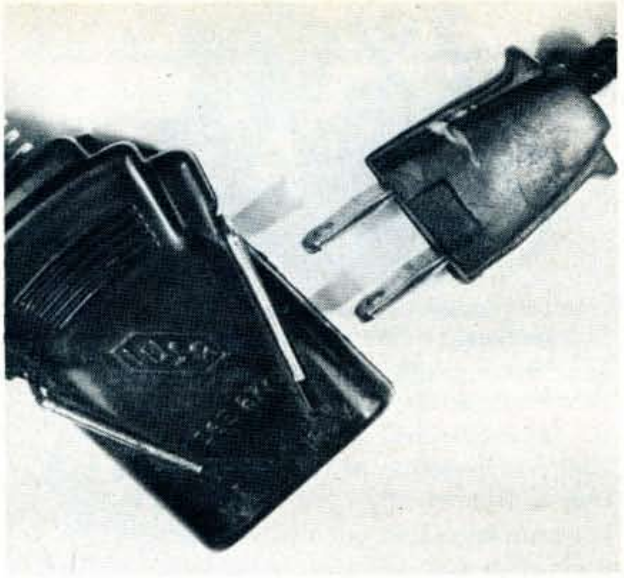
En el mercado nacional se ofrecen 3 clases de planchas: *sin termostato*, que tienen el inconveniente de alcanzar altas temperaturas si no se desconectan a intervalos. Esta desventaja debe contrastarse con la facilidad presentada por las *planchas con control de temperatura* o termostato, que es un dispositivo que suspende en forma automática el suministro de corriente cuando se llega a ciertas temperaturas. Ambas pertenecen al tipo llamado "seco". Sólo las segundas pueden permanecer conectadas durante todo el tiempo que dure el planchado. Aunque en menor cantidad, las casas comerciales ofrecen *planchas de vapor* que también tienen termostato y poseen además un dispositivo que proporciona vapor para humedecer la prenda en el mismo momento de planchar.

Al cierre de esta edición, los precios de los artefactos variaban de $ 59.95 a $ 72.00 para planchas sin control de calor; entre $ 94.00 y $ 238.00 para las que tienen termostato y $ 283 a 416 para la única marca de plancha de vapor.

Por lo general, una plancha nueva ofrece garantía de un año mediante un documento que se fecha en el momento de la venta. Es usual que la garantía la respalde el productor directamente o sus talleres exclusivos de servicio. Los documentos, sin embargo, no señalan claramente a qué exactamente tiene derecho el comprador, y van acompañados de claúsulas de protección al fabricante que en ocasiones perjudican al adquiriente. Entre las más frecuentes figuran: "la garantía no se aplica a las partes que no sean producidas por el fabricante", "no es válida por falta de atención a las instrucciones de empleo", "sólo será sin cargo razonable si se siguen las indicaciones del instructivo".



Las planchas sin termostato tienen el inconveniente de alcanzar altas temperaturas.



No se encontraron mayores peligros de incendio en el cordón de alimentación.

Resultados de las pruebas de laboratorio

Las pruebas abarcaron en primer lugar todos los modelos de fabricación nacional y se orientaron principalmente hacia los aspectos de seguridad contra las descargas eléctricas y las altas temperaturas peligrosas para el usuario. En segundo lugar, se investigaron los aspectos de funcionamiento y de construcción, y para finalizar se revisaron los aspectos de reparabilidad y facilidad de servicio en cada una de las unidades.

Puede decirse que las planchas de fabricación nacional, por lo general, ofrecen seguridad en el sentido de no presentar riesgos de calentamiento en las partes no metálicas del mango y la perilla del termostato. Esta última es fácilmente maniobrable y no hay peligro de incendio en el cordón de alimentación.

Las fallas más susceptibles de aparecer son las de sobrecalentamiento de ciertas piezas metálicas, el aflojamiento de partes, el cambio de características de seguridad por el uso. Sólo en algunos casos se presentaron serias deficiencias por descargas eléctricas.

Resultados de las pruebas de planchado

Las prendas delgadas se planchan adecuadamente con temperatura baja; las gruesas con mayor calor.

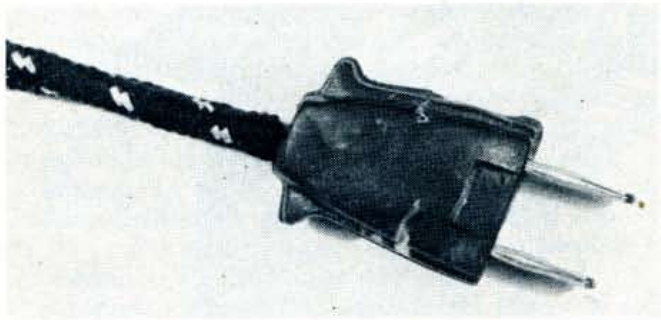
Todas las prendas quedan mejor planchadas si se humedecen previamente.

Se encontró que un buen planchado se logra a temperaturas intermedias. Al utilizar temperaturas altas, algunas fibras pierden color, encogen o se estiran y pueden llegar a quemarse. Estos resultados coinciden con los criterios de los fabricantes de telas y prendas de vestir, quiénes consideran que un planchado óptimo debe realizarse a temperaturas inferiores a los 180°C.

Convendría que los fabricantes de textiles consideraran la posibilidad de uniformar los nombres genéricos de las fibras (como ya se está haciendo con las fibras naturales, sintéticas y artificiales) y proporcionen mayores instrucciones sobre el planchado, señalando las temperaturas recomendables para la protección de las telas y prendas de vestir. Por su parte, es recomendable que los fabricantes de planchas normalicen sus termostatos indicando en ellos las temperaturas correspondientes.

También se sugiere que la potencia máxima de las planchas esté de acuerdo con la que realmente se necesita, que no es mayor de 800 watts para las de tipo seco y 1000 watts para las de vapor.

Actualmente, el 2.7 por ciento de la energía eléctrica que se consume en el país es *devorado* por planchas, principalmente porque varios modelos tienen más potencia de la requerida. Una potencia alta nada tiene que ver con la calidad de la plancha.



Gran parte de las fallas ocurren en el cordón.

Resultados de la encuesta

Los propietarios de planchas entrevistados, señalaron la presencia de numerosos accidentes. Informaron que las planchas no se descomponen frecuentemente, pero cuando ésto sucede, dijeron, por lo general cae fuera de los periodos de garantía. Sostuvieron, además, que las descomposturas se presentan en mayor número en el cordón de alimentación y la "resistencia".

(Trabajo elaborado por el departamento técnico del Instituto Nacional del Consumidor)

Resultados obtenidos de nuestras encuestas

- Tienen plancha: 100%
- No saben cuánta potencia tiene su plancha: 92%
- Ignoran cuánta energía eléctrica consume su plancha: 96%
- Usan plancha con termostato: 92%
- Saben qué es y para qué sirve el termostato: 64%
- Usan plancha de vapor: 7%
- Adquirieron su plancha en los últimos 5 años: 82%
- Deconocen cuál es la temperatura más alta de su plancha: 97%
- Antes de usarla calientan la plancha durante 1 ó 2 minutos: 25%
  Durante 3 ó 5 minutos: 59%
- Recibieron su garantía al adquirir la plancha: 85%
- No han hecho uso de su garantía: 90%
- Han tenido descomposturas fuera del período de garantía: 26%

Gerardo Medellín Villafuerte

- Han efectuado las reparaciones en talleres independientes: 70%
- Las descomposturas han tenido lugar en el cordón: 45%
- Las fallas fueron de resistencia: 43%
- Han tenido accidentes con el uso de la plancha: 33%
  Los accidentes han sido de quemaduras: 76%
  Los accidentes han sido motivados por descargas eléctricas: 21%
- Prendas que más se planchan: camisas, blusas, sábanas, fundas, pantalones y vestidos.
- Planchan con rociado o trapo húmedo: 83%
- Telas que más se planchan: las de algodón.
- Costo promedio de las reparaciones: $ 37.62

Conclusiones:

- Existen suficientes tipos y modelos de planchas en el mercado como para cubrir las necesidades normales de la población. Sólo se ofrece al público un modelo de planchas de vapor.
- Hay una tendencia excesiva por parte de los fabricantes a dar más potencia de la necesaria a los aparatos. Se recomienda la implantación de una potencia máxima de 800 watts para las planchas secas y de 1.000 watts para las planchas de vapor.

Gerardo Medellín Villafuerte

- Algunas marcas de planchas ofrecidas en el mercado nacional presentan serias deficiencias de fabricación en el mecanismo eléctrico. Estas incluso pueden llegar a poner en peligro al usuario.
- La mayor parte de los fabricantes de planchas y telas no han hecho el esfuerzo necesario por dar a conocer la forma de obtener un mejor planchado.

A los primeros se les aconseja que la base de la plancha no pase de 200 grados centígrados con el fin de proteger al usuario y reducir el riesgo de causar daños irreparables al textil.

Se recomienda por su parte a los segundos, que difundan las temperaturas óptimas de planchado y lo señalen en sus productos.

Asimismo, se sugiere estudiar la posibilidad de que los fabricantes instalen un dispositivo de corte de suministro de energía eléctrica a 200 grados centígrados de temperatura en las planchas sin termostato.

- Las garantías resultan, las más de las veces, inoperantes. Es necesario modificarlas para que puedan hacerse efectivas en el lugar donde se compró la plancha.
- Los instructivos por lo general son poco claros y detallados. Se recomienda mejorar tanto la redacción como las ilustraciones para que verdaderamente cumplan su propósito.

¡Ojo las planchas de juguete son peligrosas!

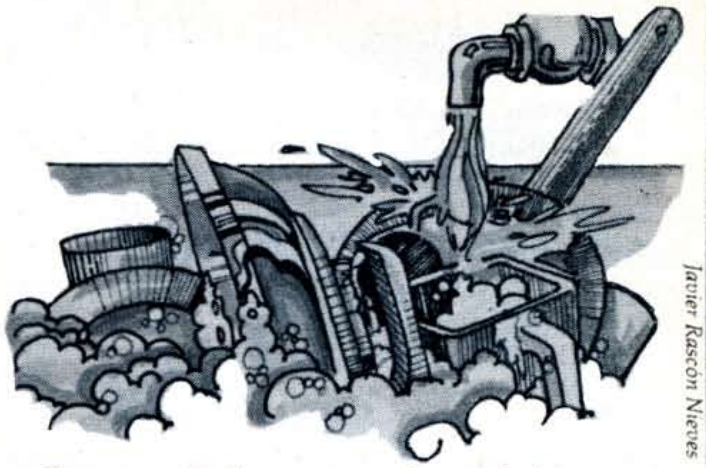
Se encontraron a la venta varias planchas de juguete—Colegiala, Supercolegiala y Esthercita — que ofrecen riesgos serios de cortocircuito y choques eléctricos al usuario.

Además, sus filos metálicos son cortantes, por lo que el Instituto Nacional del Consumidor desaconseja encarecidamente su uso o adquisición.

Recomendaciones a los compradores

- Antes de comprar una plancha, compare características y precios. Dentro de un mismo tipo existen varios precios.
- Recuerde que las planchas con termostato ofrecen mejores condiciones de seguridad y disminuyen posibles daños a sus prendas.
- Ahorre energía eléctrica. Para cualquier planchado doméstico no se requieren potencias superiores a 800 watts en planchas "secas".
- Piense en las dificultades que le puede ocasionar su plancha. Muchas marcas pueden arreglarse utilizando herramientas comunes.
- Lea y analice bien la forma en que está redactada la garantía. Fíjese quién la hará válida en caso de descompostura.
- Antes de comprar una plancha, conéctela y compruebe que calienta. Asegúrese principalmente de que no existen piezas sueltas, ni que las partes que conducen la energía eléctrica sean suceptibles de alcanzarse con un objeto metálico como cuchillo, horquilla, colgajo, etc.

Javier Rascón Nieves



Javier Rascón Nieves

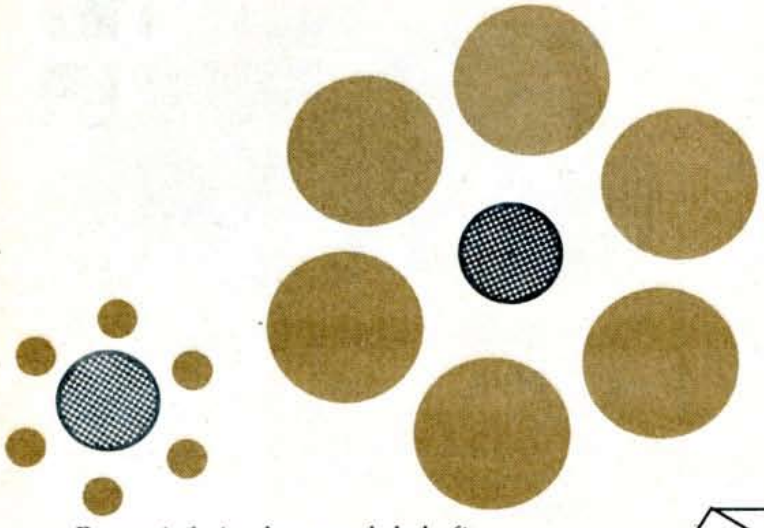
Recomendaciones para el uso de la plancha

- No planche descalzo. Hágalo sobre piso seco.
- Si la plancha produce descargas eléctricas, ("toques") desconéctela cuanto antes y llévela a reparar.
- Planche primero las prendas que requieran temperatura media, después la ropa que necesita una temperatura más alta. Desconecte luego su plancha y utilice el calor que guarda. Por lo general, éste es suficiente para las prendas que requieren de menor temperatura.
- Planche su ropa rociada o humedecida.
- No conecte su plancha a "extensiones" delgadas ni a "ladrones" adaptados a focos.
- Después de usar su plancha, déjela enfriar fuera del alcance de los niños.
- Nunca tire del cordón para desconectar su plancha. Hágalo directamente de la clavija.
- Lleve a revisar su plancha si se le cae accidentalmente. No la utilice antes de hacer esto.
- Cuando planche una prenda de fibras combinadas, coloque el termostato en la posición correspondiente a la fibra que requiere de menor temperatura.
- Si la tela de la prenda que va a planchar no aparece indicada en el termostato, coloque el indicador un poco arriba de "seda". Luego haga pruebas hasta encontrar la temperatura adecuada de planchado.
- Limpie de vez en cuando la base de su plancha. Para ésto, puede emplear goma dura de borrar. En ocasiones se necesita de lija de agua o piedra pómez aplicadas suavemente.
- Nunca lave su plancha como si fuera un traste de cocina.
- Si tiene plancha de vapor, no ponga agua en el depósito correspondiente cuando esté conectado el artefacto. En caso de mojarla, cuide de que esté bien seco el aparato antes de enchufarlo.
- Utilice agua destilada en las planchas de vapor para evitar incrustaciones.

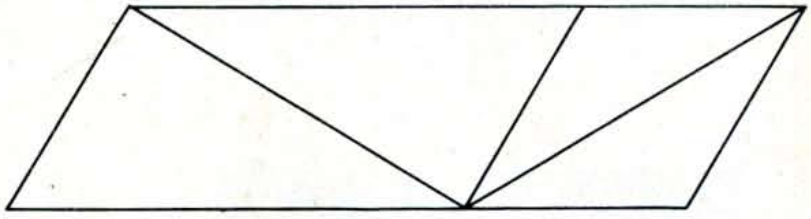
ILUSIONES OPTICAS

"La vista engaña, pero no por culpa de los ojos. Estos 'envían mensajes' al cerebro, que es el órgano que decide su significado. Se requiere de experiencia previa que sirva de guía para ayudar a identificar objetos nuevos. En algunas ocasiones el cerebro comete errores.

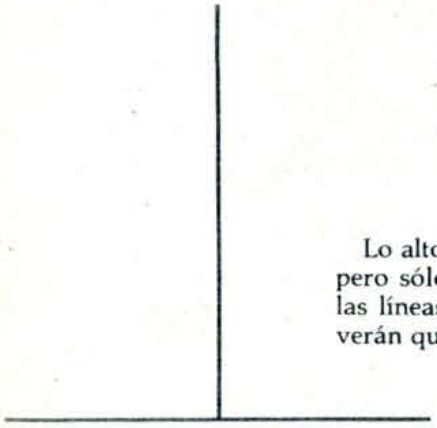
Muy a menudo la gente "ve" lo que espera, en lugar de identificar lo que realmente existe".



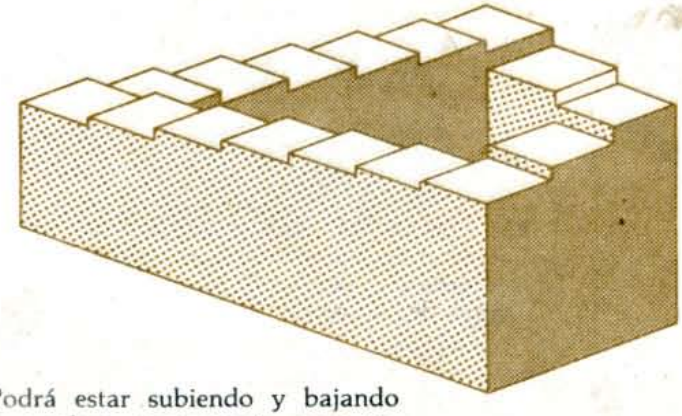
¿Por qué el círculo central de la figura izquierda es mayor que el de la derecha? Si usted es buen observador sabrá que la pregunta está mal hecha. Son iguales. Los aros exteriores del dibujo de la derecha hacen ver el círculo de la izquierda más grande.



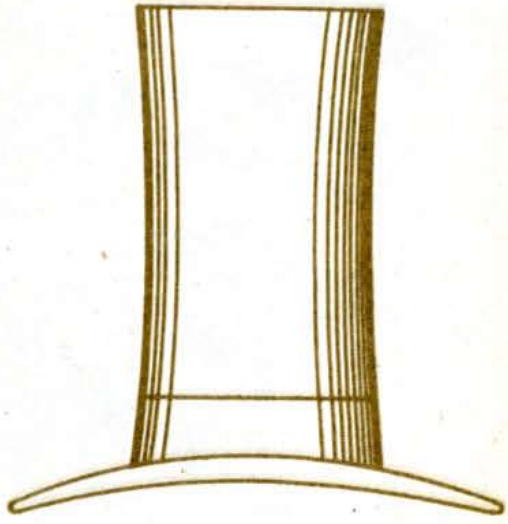
¡No siempre se gana! Si piensa que la línea de la izquierda es más larga que la de la derecha, está equivocado. De hecho, son del mismo tamaño. Con una simple regla puede comprobarse lo anterior.



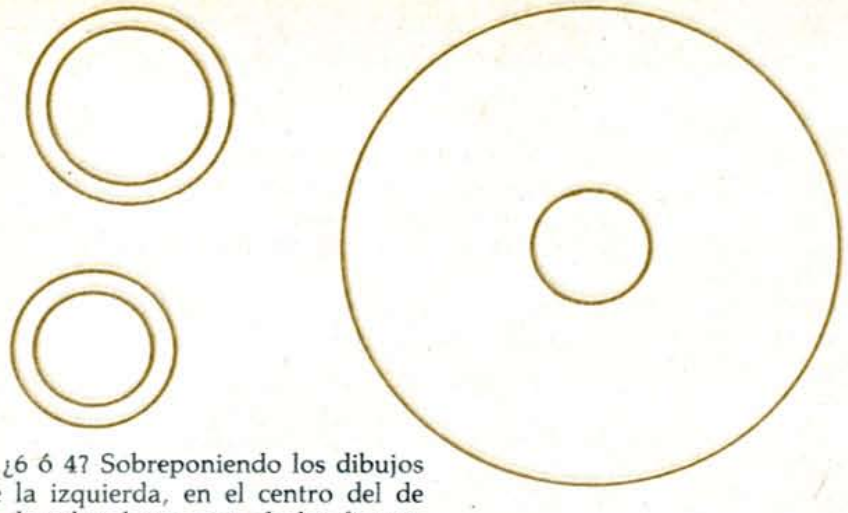
Lo alto predomina sobre lo ancho... pero sólo a primera vista. Midiendo las líneas a lo largo y a lo ancho se verán que son idénticas.



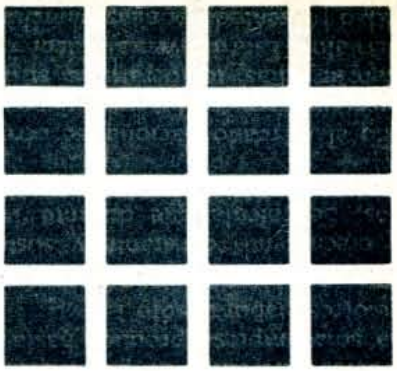
Podrá estar subiendo y bajando esta escalera eternamente, pero jamás llegará a algún lado.



¿Cuántas manzanas sobrepuestas entran en la copa del sombrero? Exactamente las mismas que cabrían en el ala. En esta imagen las líneas horizontales, y verticales miden igual.

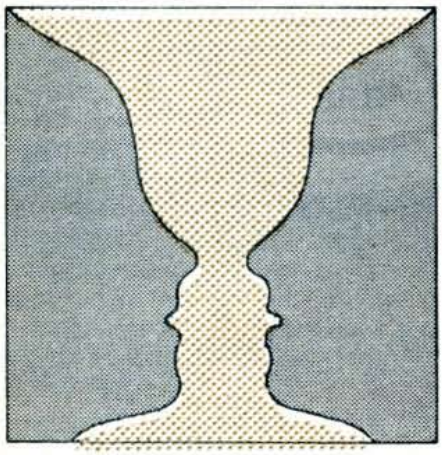


¿6 ó 4? Sobreponiendo los dibujos de la izquierda, en el centro del de la derecha, los 6 aros de las figuras se convierten en 4. ¿Por qué? Compruébelo.



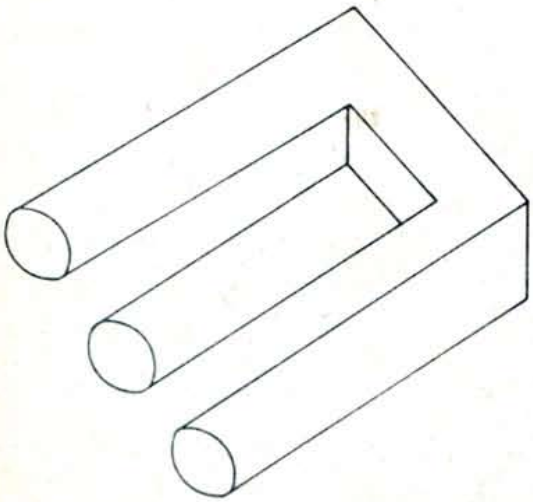
Fije la vista en algún lugar de las franjas blancas que cruzan los cuadros negros de arriba.

Aparecerán borrosos puntos grises en las intersecciones. Las células en el contorno de sus ojos han recogido imágenes "fantasmas" de los cuadros oscuros.



¿Qué ve aquí, una copa o dos perfiles de cara? Cuando al cerebro se le exije elegir entre dos patrones o formas conocidas, no le resulta fácil decidir lo que el ojo ve.

Se mueven, no obstante que las siluetas blancas y negras son idénticas. Al observar fijamente las figuras da la impresión que las estampas blancas se sobreponen al fondo negro y viceversa. El grado de variación depende de la atención del observador.



¿Dónde termina la punta de enmedio?

¿Delirio de persecución? Al cubrir las facciones de las dos caras por debajo de los ojos, la vista de ambas figuras se fijan en el observador, cuando antes lo hacía sólo el dibujo de la derecha. Es una interesante demostración de la dirección de los ojos.

LA ENTREVISTA DEL MES

armando victoria galván

"se sujeta al pueblo de México a un tipo de consumo que no corresponde a la realidad"

REVISTA DEL CONSUMIDOR: Cada día se habla más del consumidor en México ¿cree ud. que el concepto partió de una necesidad nacional, o es filosofía importada?

VICTORIA GALVAN: Apenas últimamente me he enterado de que en otros países hay una política orientada hacia el consumidor.

En cuanto a cómo y dónde partió en nuestro país puedo decirle que se trata de una inquietud iniciada en el sector obrero a raíz de la crisis inflacionaria mundial que nos empezó a afectar en los primeros meses de 1973.

Al sentir los trabajadores el impacto sobre de la crisis internacional en los precios, el Congreso del Trabajo presentó al señor presidente de la República una serie de proposiciones tendientes a defender en términos generales, y mediante diferentes instrumentos, el poder adquisitivo del salario.

De una reunión de trabajo posterior, surgió la idea de crear una institución tripartita, esto es, con asistencia gubernamental, que sirviera esencialmente para orientar al trabajador a la denuncia ante las autoridades que correspondieran, de aquellos lugares donde abusaran, encarecieran, ocultaran o acapararan consumos para la clase popular. Así nació el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario conocido como CONAMPROS.

La función y experiencia de CONAMPROS, para acabar, llevó a que se formulara la Ley Federal de Protección al Consumidor, instrumento que a su vez creó el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Nacional del Consumidor. Ignoro si los que hicieron ésto obtuvieron o cursaron experiencias de otros países. En esencia podemos decir que todo nació de una necesidad nacional.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Qué rol cree usted que pueden jugar los organismos nacionales de defensa del consumidor en la nueva economía que se perfila?

VICTORIA GALVAN: Creo que sí son de una gran importancia. Estos organismos operados al máximo de su capacidad, forzosamente influirán en el manejo de la opinión, en el criterio que se requiere con carácter de urgencia y el salario del consumidor. Su función es eminentemente social: eliminar aquellos artículos que innecesariamente se pretenden introducir en la mente del comprador para sustituirlos por otros de igual o incluso mejor calidad, aunque de menos presentación.

La actividad de las instituciones de defensa al consumidor es, a mi juicio, una de servicio social: tiende a hacer más justa la vida del mexicano.

Por su parte, el movimiento obrero organizado apoya y seguirá favoreciendo cualquier medida que se tome para orientar al consumidor hacia lo que verdaderamente necesita.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Existe en CONAMPROS una política clara y definida del consumo?

VICTORIA GALVAN: Claro que sí, y no solamente una dirigida al consumidor sino también al comerciante y al distribuidor. A los segundos se les aconseja sobre la mejor forma de asociarse para obtener menores costos y poder ofrecer consecuentemente artículos a precios reducidos, mientras que al consumidor se le concientiza en asuntos tales como la existencia de buenos productos alimenticios de poco valor y la compra barata de alimentos nutritivos de buena presentación y sabor.

Concretamente, la política de CONAMPROS basada en la demanda de los trabajadores, tiende esencialmente a orientar al consumidor a lo que necesita, debe y puede hacer. Adicionalmente, y aún cuando es su motivo primario, es un instrumento de denuncia que tenemos los trabajadores respecto a los establecimientos que abusen de alguna forma.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Qué papel juega en su opinión la información en el proceso de concientización del consumidor nacional?

VICTORIA GALVAN: Creo que es definitiva. Justamente a través de la información es como se ha tratado de sujetar al pueblo de México a un tipo de consumo que no corresponde a la realidad.

Obviamente se tendrán que usar los mismos canales de información, y digo todos, para hacer llegar una nueva conciencia al país.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Puede ampliar un poco su respuesta?

VICTORIA GALVAN: El CONAMPROS inició sus actividades instalando una oficina de quejas que hasta el momento ha atendido una cantidad que estimo debe andar en las veintitantas mil demandas. Estas se han despacha-

"al no tener acceso al crédito común, los trabajadores se veían en la necesidad de recurrir al préstamo pequeño y abusivo"

do con éxito, logrando recuperar para los trabajadores una cifra cercana a los $40 millones de pesos.

Hago la aclaración que las quejas que han llegado a CONAMPROS van desde las que se refieren a artículos de utilización diaria en el hogar hasta la adquisición de terrenos en los que han sido defraudados algunos trabajadores, y se les ha logrado recuperar su inversión.

La otra línea, la más importante tal vez, es la de orientación al consumidor. Al respecto, se ha hecho un trabajo serio de penetración, propaganda tanto de murales como volantes, folletos, planas de periódicos y un programa de televisión que ya sobrepasa las quinientas ediciones llamado "Una Canasta llena de...". En esta última exposición se indicà en forma amena los precios de los comestibles, dónde se encuentran y cómo se utilizan en mejor provecho del adquiriente. En términos generales, ésa es la labor que se ha hecho a nivel nacional.

A nivel sindical se han efectuado los estudios y la coordinación necesaria para instalar tiendas. A la fecha, contamos con 3 grandes establecimientos en el distrito federal y 11 en diferentes estados de la República. Obviamente, toda esta labor se ha coordinado con las de otras instituciones del gobierno que colaboran para abaratar los precios inusitados de los artículos de consumo diario para los trabajadores.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: Hay quienes sostienen que el gobierno por un lado protege al consumidor con 2 instituciones y, por el otro, crea una propiciando el consumismo: el FONACOT. ¿Está Ud. de acuerdo con estas afirmaciones?

VICTORIA GALVAN: No. El FONACOT es un fondo nacional creado con el propósito expreso de dar crédito sano a los trabajadores de bajo salario, personas que hasta hace dos años no tenían acceso a los préstamos bancarios ya que probablemente ni siquiera se les dejaba trasponer las puertas de estas últimas instituciones.

Hay una gran capa de trabajadores de bajos salarios que, al no tener acceso a las fuentes de crédito común, se veían sujetos al préstamo pequeño y abusivo. Por lo general, se trataba de operaciones de poquísimo enganche y altas tasas de interés a abonar semanal, quincenal o mensualmente. Un artículo de utilidad para el hogar que normalmente costaría $300 a $400 pesos, una cama, con este sistema sobrepasaba los mil quinientos a $2 mil pesos. Hablando de otro tipo de artículos necesarios, una licuadora de $800 ó $900 pesos terminaba costando $3,500 pesos.

Dentro de este triste panorama, el FONACOT trata de poner al alcance de la capa trabajadora de escasos recursos, un crédito sano a través de descuentos muy importantes de los expendedores y la aplicación de un bajo interés.

Con el FONACOT no hay los recargos del crédito bancario, de apertura del préstamo, de cobranzas, etc., que son los factores que encarecen la operación. Por su lado, el FONACOT no hace propaganda ni produce nada. Quien hace la publicidad son los comerciantes y las líneas de propaganda de una sociedad de consumo que no corresponde a nuestra idiosincracia y estándar de vida.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Cuáles según usted han sido los principales obstáculos que enfrentan las instituciones que pretenden ofrecer asistencia al consumidor nacional?

VICTORIA GALVAN: Creo que esta es una pregunta muy importante. Tenemos la oposición del comerciante tradicional, del abonero habitual y de las grandes empresas, que ofreciendo en tiendas de autoservicio aparentes precios accesibles, utilizan realmente artículos "gancho" para obligar o incentivar al consumidor a la compra de innecesarios.

Lo importante es que el pueblo de México, la clase trabajadora y las autoridades tengan conciencia de este fenómeno y refuercen los intentos de la serie de instrumentos creados a instancia de los trabajadores.

Creemos que la labor conjunta de las organizaciones sindicales con el apoyo de las instituciones del gobierno, puede influir para que el salario del trabajador sea verdaderamente mejor distribuído y se obtenga de él buenos rendimientos.

Un simple ejemplo al respecto. Están a la vista del consumidor, y a la vista de él para tomarlo directamente, artículos llamativos pero innecesarios. Un bolígrafo de bajo costo es tan eficiente para su propósito como uno de oro. Sin embargo, con cierto talento, el comerciante pone cerca de las máquinas registradoras una serie de cositas innecesarias de lujo para que el que lleva sobrante las consuma.

Creo personalmente que el ejemplo del bolígrafo es clave en la orientación del consumidor. Consecuentemente, es previsible que continuarán existiendo obstáculos para alcanzar un nivel de consumo más racional, pero la unidad del sector trabajador y el gobierno, a través de las instituciones creadas, aunque esta vez reforzadas y manejadas con entusiasmo e imaginación, permitirán alcanzar el que quizá es el principal objetivo de todo esto: hacer que el peso mexicano rinda más.

ARMANDO VICTORIA GALVAN.

Nació en la ciudad de México, el 25 de marzo de 1923.

En 1944 cursó estudios profesionales en la escuela de aviación civil Cinco de Mayo, dependiente entonces de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

Después de alcanzar el grado de jefe de pilotos de Aeronaves de México en 1965, se dedicó a la actividad sindical llegando a ocupar entre otros puestos, el de miembro fundador de la Asociación Sindical de Pilotos Aviadores de México, delegado a la primera conferencia de aviación civil de la Federación Internacional de Trabajadores del Transporte, delegado fundador de la Organización Iberoamericana de Pilotos y presidente del Bloque de Unidad Obrera.

Durante 1976 ha desempeñado los cargos de presidente del Congreso del Trabajo y, es titular, con igual rango del Comité Mixto de Protección al Salario.

EL CONSUMIDOR EN EL MUNDO

"En todas partes hay problemas de salud... y soluciones"

Hay problemas mundiales que interesan y afectan a todos los países sin distinción de continentes o formas de gobierno. Uno de estos, es el de la salud.

Pero, ¿ tiene que ver algo la salud con los productos que compramos?

Cuando adquirimos los productos, ¿ tomamos en cuenta si perjudican la salud o no?

Javier Rascón Nieves

Algunos factores que pueden causar serios problemas de salud son, por ejemplo, el uso exagerado de tabaco y alcohol, el abuso en las medicinas, la contaminación del aire y la falta de higiene durante el empaque y la distribución de los alimentos.

Según la revista "50 Millones de Consumidores", una publicación editada por el Instituto Nacional del Consumo de Francia, los franceses consumen demasiadas medicinas y nada indica que el exceso se deba a la existencia de las muchas marcas que se encuentran en el mercado.

Tampoco se debe a la publicidad, pues ésta va fundamentalmente dirigida a los médicos.

Como un intento para disminuir el consumo de las medicinas, en el parlamento francés se están tomando medidas que controlarán la publicidad de los medicamentos dirigida a los médicos.

Otro problema que existe en Francia, de acuerdo a la señora Simone Veil, ministro de la Salud en el gobierno de Giscard d'Estaing, es el hecho de que hay muchas medicinas que son vendidas sin receta. Esto también ya se está atacando. Buena parte de las medicinas se han inscrito en un registro "de substancias peligrosas", y ya no pueden venderse sin la prescripción médica respectiva. Se tomó esta medida porque la falta de control significa un riesgo para la salud pública.

La contaminación, nuevo daño a la salud.

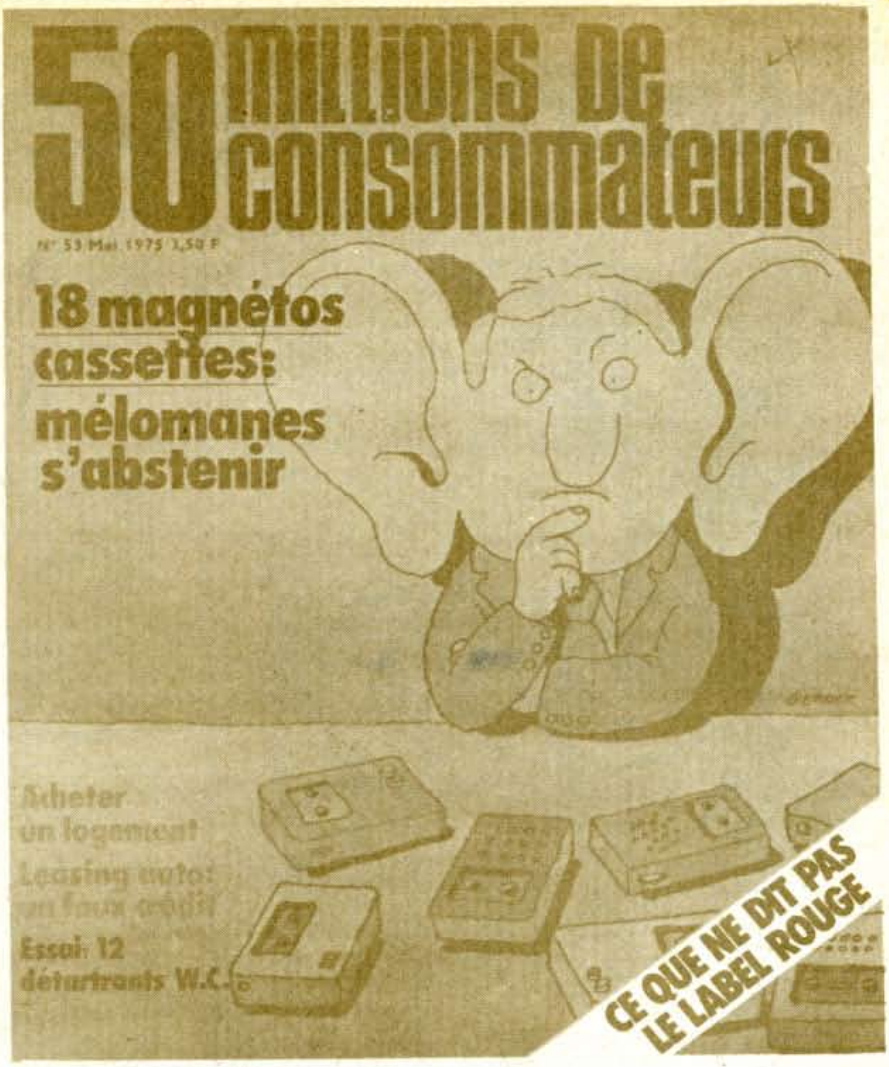
De naturaleza distinta, pero de igual peligro para el ser humano, es la amenaza de contaminación.

Todos los años, al acercarse las vacaciones, se presenta el problema de la limpieza de las playas. Los franceses temen encontrarse con lugares sucios y poco habitables. Hoy día se sanean las playas mediante sistemas de alcantarillado y desagüe que arrastran las aguas negras. Una medida más de prevención es prohibir el acceso a la playa en caso de que exista algún peligro de infección o epidemia.

La calidad e higiene de los productos ganaderos ha sido objeto de reglamentación por medio de una ley. Esta reducirá el peligro de contraer enfermedades.

Se ha visto la necesidad de controlar también la fabricación de los artículos de belleza, fuerte industria en Francia, y las ventas de esos productos en las farmacias. Respecto a ésto último, se estaban cometiendo abusos, pues se vendían en las farmacias varios objetos que, por el hecho de ser ofrecidas en ellas, hacían pensar a la gente que eran productos de propiedades curativas.

Por último: el alcoholismo y el exagerado consumo de tabaco fuertes enemigos de la salud —han sido atacados a través de campañas en la televisión. Sin embargo, el consumo de bebidas alcohólicas está muy extendido en Francia y forma parte de las costumbres del pueblo. Y es muy difícil luchar contra esta clase de hábitos. A pesar de que ya no se hace publicidad a las bebidas alcohólicas en la televisión, aumenta el consumo nacional: En toda reunión de tipo familiar es cosa común beber. Si un francés llega cansado a su casa, lo primero que hace su mujer es darle una copa, porque las gentes de todos los niveles están convencidas de que el vino y el alcohol dan calorías además de reanimar.



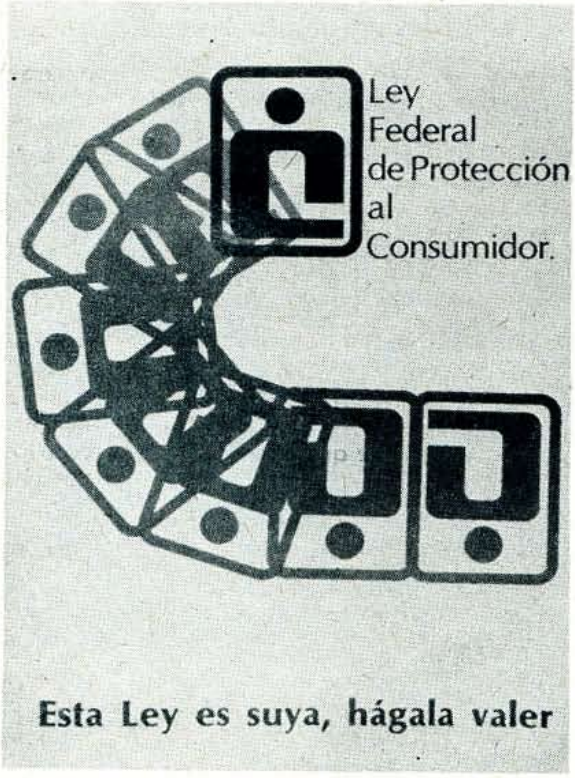
Simone Veil, ministro de la Salud de Francia, quien en entrevista con la revista "50 Millions de Consommateurs" hizo las declaraciones que sirvieron de base para este artículo.

Entonces, ¿tiene que ver la salud con los hábitos de consumo?

Mucho. Ciertamente los problemas que se acaban de comentar no pueden resolverse de un día para otro, pues provienen de hábitos formados a través de los años.

Es la costumbre lo que hay que atacar. Las medidas prohibitivas no tendrán éxito si no se hacen antes (o al mismo tiempo) campañas educativas que hagan ver a la gente la razón de una restricción tal.

LA LEY EN



PREGUNTAS

1. ¿Qué es la Ley Federal de Protección al Consumidor?
Una herramienta para evitar el acaparamiento y la especulación con bienes de consumo, así como para corregir los vicios y deformaciones del aparato distributivo nacional.

2. ¿Qué protege?
Los intereses de las mayorías, mediante la creación de las condiciones necesarias para concientizar a todos sobre sus derechos y deberes como consumidores.

Se estima que los esfuerzos de las autoridades tendientes a corregir los problemas nacionales son y serán insuficientes, hasta que el pueblo no apoye decididamente cualquier iniciativa favorable para el país. En este caso, la ayuda debe traducirse en un genuino interés por conocer la Ley Federal de Protección al Consumidor y hacerle valer ante todo aquél que la pretenda violar.

3. ¿Qué contiene?
Una serie de disposiciones que fijan, en primer lugar, el ámbito de competencia de la reglamentación para toda la República y establece su obligatoriedad para comerciantes, industriales y prestadores de servicios, tanto de empresas públicas como privadas.

Según el documento, todos los consumidores gozan de los derechos que les otorga la Ley y no pueden renunciar a ellos ni aún cuando así lo desearan. Se exceptúa, sin embargo, a los prestadores de servicios profesionales —abogados, dentistas, médicos, ingenieros, etc.— y los servicios prestados por empleados que hayan sido contratados como tales.

Además la Ley habla de cómo debe hacerse la publicidad, qué requisitos reunirán las garantías y cómo deben efectuarse las ofertas y promociones.

También la Ley se refiere a las operaciones a crédito, la información que debe recibir el consumidor que las realice, la forma como se calculan los intereses y lo que debe ocurrir en el caso de rescisión de un contrato.

Asimismo, se establecen las responsabilidades en que incurren los proveedores que cometen engaños, así como los que no cumplan con lo que ofrecen y los plazos que tienen los compradores para hacer valer sus derechos.

4. ¿Qué otra norma está incluída?
Una que rige obligatoriamente para todo prestador de servicios. Esta se considera de suma importancia nacional, puesto que los servicios cada día cobran mayor importancia en relación a otras actividades y su legislación no se había desarrollado acorde.

Habla luego de las ventas a domicilio y señala las características que estas deben reunir a fin de ofrecer la protección necesaria al consumidor.

En su capítulo "Disposiciones Generales", la ley contempla problemas que desde hace varios años habían sido frecuentes en el ámbito mexicano. Tal es el caso de pagar en mercancía un cambio, los registros personales de algunos establecimientos contra personas que les parecieran sospechosas y el derecho del consumidor a recuperar los depósitos que haya entregado por envases o empaques.

5. ¿Emergió alguna institución de la Ley?
Sí, dos. La Procuraduría Federal del Consumidor, como el organismo encargado de representar los intereses de la población consumidora y el Instituto Nacional del Consumidor para orientar, auspiciar hábitos de consumo sanos y educar al público en la utilización nacional de su capacidad de compra.

las ventas a domicilio

¿Está la señora?
Sí,... dígame...
Señora, estamos haciendo una promoción...

Las reacciones de la gente cuando un vendedor llama a su puerta son diversas: los hay que sienten amenazada la tranquilidad de su hogar por la presencia de un extraño, mientras que otros se molestan sólo por la interrupción que significó. No falta quienes ven estimulada su curiosidad cuando se enfrentan a un ofrecimiento atractivo.

Seguramente usted ha recibido en su domicilio vendedores de los más diversos artículos: aparatos y enseres domésticos, cosméticos, libros, ropa, alimentos y bienes raíces. Incluso, si reflexiona un poco, se dará cuenta que son raros los productos que no se venden casa por casa. Pero probablemente lo importante no es la cantidad de vendedores que rondan por ahí, sino la calidad de los productos que ofrecen.

No permiten elección

Las ventas a domicilio representan para el público en general la desventaja de encontrarse presionado por la presencia física de un vendedor que no permite las comparaciones de precio y calidad.

Por su parte, las bondades que ofrece el sistema son bastante relativas. Cierto, existe la posibilidad de tener una relación cliente-vendedor más personal. También se puede solicitar una demostración amplia del producto y, naturalmente, existe la comodidad de efectuar sus compras sin salir del hogar. Este último argumento, sin embargo, es válido siempre y cuando se tenga la suerte de que nos lleguen a ofrecer los productos que en realidad necesitamos.

¿Pero, ocurre ésto?.

Según datos provenientes de los propios vendedores, lo más probable es que se lleguen a ofrecer cosas que no necesitamos. "En esto radica precisamente nuestra habilidad, dijo un entrevistado, en trastornar la escala de necesidades y convertir un producto, de algo que difícilmente se habría pensado comprar en asunto indispensable para adquirir de inmediato".

Protección necesaria

El Instituto Nacional del Consumidor hace las siguientes recomendaciones contra vendedores ambulantes:

- Exija a los que lleguen a su domicilio una credencial, o comprobante similar, de la empresa que representan.
- No acepte ningún tipo de promesas verbales, un documento es el único medio de probar que no le fue cumplido un ofrecimiento.
- Si la compra se efectúa a crédito exija una copia del contrato. Cerciórese que contiene los datos del proveedor y no lo firme hasta estar totalmente de acuerdo.
- Exija un comprobante de todos los pagos que haga inclusive el enganche. Es una medida para proteger su dinero.
- No se fíe de folletos y muestras, puede ser que el producto se vea más atractivo o de mayor tamaño de lo que realmente es. Cerciórese de que la muestra es idéntica al artículo que recibirá.
- Desconfíe de los vendedores que repentinamente le rebajan el precio. Si un producto no tiene un valor fijo es probable que el margen de utilidad sea muy elevado. Las compañías serias generalmente tienen una lista de precios. Solicite verla. En caso de que el vendedor obre de buena fé, no se opondrá.
- Compre únicamente lo que necesita y asegúrese de no desbalancear su presupuesto familiar. De ser posible compare precios, marcas y modelos antes de dicidir su compra. No se apresure: un vendedor honrado no lo presionará a efectuar una decisión y regresará con gusto cuando usted lo indique.

Y conozca la Ley. En ventas a domicilio, usted tiene cinco días a partir de la fecha en que se efectuó el contrato para rescindirlo sin ninguna responsabilidad. En caso de que el proveedor se oponga a la restitución del dinero o trate de ganar tiempo, acuda de inmediato a la Procuraduría Federal del Consumidor y presente su queja.

No tema decir "no". El negarse a efectuar una compra es su privilegio, y no por sentirse comprometido debe adquirir cosas innecesarias.

sabía usted

USAR, PERO NO ABUSAR

Usted sabe algunas cosas acerca de los objetos que consume. Sí, sí lo sabe, los reconoce por sus etiquetas y por sus nombres. Pero quizá no conoce todo lo que le conviene, como lo peligroso que pueden ser algunos productos si no se usan adecuadamente.

Por eso, ¿sabía usted por ejemplo que...

- un gran número de dermatitis por contacto —enfermedades de la piel— son causadas por ciertos artículos de belleza?
- la pasteurización no es suficiente para garantizar que la leche no esté contaminada cuando usted la consume?
- el tabaco y la contaminación del aire en las grandes ciudades son las principales causas de enfermedades pulmonares?
- una de las peores costumbres alimenticias que se puede adquirir es la de tomar refrescos embotellados?
- las píldoras para adelgazar quitan el apetito, pero en su mayoría son también estimulantes, es decir, pueden causar insomnio, aumentar la tensión arterial, disminuir el pulso y formar hábito?
- una mala alimentación hace que las personas se enojen fácilmente o que se sientan desganadas?
- el yogurt que compra en la tienda nutre menos que el que fácilmente puede hacerse en su propia casa?
- tiene el innegable derecho a hacer que le devuelvan el importe de sus "cascos", botellas o envases de refrescos, aunque no haga ninguna compra en ese momento?
- el bicarbonato de sodio es tan eficaz para cepillarse y limpiarse los dientes como cualquier pasta dental?
- a altas velocidades los automóviles consumen mayor cantidad de gasolina por kilómetro recorrido?
- por su exceso de azúcar y su pobreza en proteínas, no es conveniente utilizar la leche condensada en lugar de la leche natural en la alimentación diaria de su familia?
- cuando adquiera aparatos de sonido con consola, está pagando —generalmente— más por el mueble que por la calidad del sonido del aparato?
- las fibras naturales —algodón, y lana, lino y seda— son las que mejor protegen contra el frío y el calor?
- los buenos juguetes, además de divertir al niño, ayudan a educarlo, despertando su imaginación?
- para cocinar —y aún para guardar alimentos— puede usar los utensilios de acero inoxidable, siempre y cuando no emplee sustancias ácidas como el vinagre o el limón?

EL CONSUMO EN BROMA

PROCURADURIA
DEL
CONSUMIDOR
TV
SERVICIO
GERMAN
MALVIDO

ESTA'
DEFECTUOSO
¡SE SALE!

AQUI
SI HAY
AZUCAR
AQUI
SI HAY
AZUCAR

vivir con poco

Javier Rascón Nieves

Si hubiera que describir la vida moderna con una sola palabra, quizás la que mejor cumpliría el propósito sería el verbo "comprar". En efecto, gran parte de nuestra vida gira en torno a esta palabra, ya sea porque dependemos de una actividad relacionada con el comercio, o porque escasamente pasa un día sin que realicemos una adquisición. El comprar es algo tan común en la vida moderna, que lo hacemos con gran naturalidad sin detenernos a pensar en todas las implicaciones que hacen posible la existencia de este fenómeno. Sin embargo, lo verdaderamente importante aquí es el hecho de que a pesar que realizamos miles de operaciones comerciales durante nuestras vidas, pocos sabemos realmente cómo comprar.

¿Qué debe evitar al comprar?

En primer lugar está el problema de el consumidor cuando ejercita su capacidad de compra.

Javier Rascón Nieves

• No compre por comprar

El comprar es un medio de allegarnos a las cosas que necesitamos, pero no debe ser un fin en sí mismo. Tampoco debe constituirse en una válvula de escape para las tensiones de la vida diaria.

• No compre nada que no necesite

En la mayoría de los hogares pueden encontrarse grandes cantidades de objetos inútiles, a los que nunca se les da un uso. Cuando compremos, debemos estar seguros de que se trata de algo que en realidad requerimos y que va a satisfacer una verdadera necesidad. Especialmente se debe evitar caer en la tentación de comprar cosas nada más porque nos parecen baratas o de *oportunidad*. Al adquirir algo se debe relacionar su precio con la utilidad real que va a proporcionarnos.

• No compre de prisa

El efectuar compras apresuradas puede ser la causa de adquisiciones desafortunadas. La decisión de comprar debe efectuarse con conciencia, en forma razonada, y no ser producto de un impulso repentino.

Evite las compras de último momento. Si tiene invitados, va de viaje o desea regalar algo, prevéalo con anticipación. Dejar todo para el final dificulta la buena compra.

• No se deje influenciar por la publicidad.

La publicidad se utiliza como un medio de información sobre productos y servicios que se encuentran en el mercado, pero en ocasiones es tendenciosa, exagerada y unilateral. No se deje manipular por ella, ni crea todo lo que dice. Recuerde que la publicidad es muy costosa y si un producto se anuncia en exceso, alguien tiene que pagar por ello: usted.

• Evite comprar por imitación, ostentación o prestigio

No emprenda competencias interminables con vecinos y amigos para probar quién puede comprar lo mejor o tiene más cosas. Esto es absurdo y torpe, porque finalmente el único beneficiado será el comerciante.

No deseche las cosas que aún están en buen estado, ni siga ciegamente los dictados de la moda. Esto además de costoso, en ocasiones es ridículo.

No adquiera artículos que sobrepasen sus necesidades, ni desvirtúe la función esencial de las cosas. Un automóvil es un medio de transporte y no una forma de adquirir un prestigio. Los libros son para leer, no para adornar. Los equipos de sonido son para escucharse, no para cuartear paredes con el ruido.

Cuando compre algo, pregúntese si verdaderamente lo necesita y, si no está seguro, posponga su decisión.

Javier Rascón Nieves

COMO, CUANDO Y DONDE

"No es difícil quejarse, conozca la ley y hágala valer".

Toda persona ha encontrado alguna vez que las características del producto o servicio adquiridos no son las prometidas por el vendedor.

Posiblemente el artículo estaba roto; tal vez era defectuoso en su funcionamiento o simplemente el servicio negociado no cumplió las condiciones ofrecidas. Bajo estas circunstancias, y otras similares, se presenta la necesidad de hacer valer los derechos.

Al advertir un engaño, —a propósito o accidental—, la gente se comporta de diferentes maneras: es común el enojo y el reclamo descortés. Tal vez la persona, al sentirse engañada, por flojera o vergüenza renuncie a lo que corresponda. Ni una ni otra posición es conveniente.

FORMAS DE EVITAR LA QUEJA

- Revise muy bien el producto que va a comprar o el servicio que va a contratar. Así podrá elegir entre aceptar o rechazar la mercancía o el servicio y pagarlos o no. En el caso de aparatos eléctricos o mecánicos, pida que los prueben en su presencia y asegúrese de que funcionen correctamente.

- Antes de realizar su compra, recuerde que puede escoger entre varios modelos con diferentes características y precios. Esto es muy importante en los casos de viviendas, automóviles, aparatos eléctricos y, en general, en todos los productos de valor elevado.

- Nunca compre de prisa. Vaya a varias tiendas y compare no solamente precios, sino también calidades y servicios.

- Asegúrese de que el producto es el que realmente desea; que en verdad satisface sus necesidades por completo.

- Verifique si el producto tiene garantía, bajo qué condiciones y cuánto dura.

- Cuando firme un documento o contrato, léalo muy cuidadosamente aunque las letras sean pequeñas. Si tiene dudas, exija aclaraciones hasta disiparlas.

- Verifique si existen cargos adicionales. Es posible que, además del precio, deba hacerse algún pago por otros conceptos.

- Pida que le expliquen detalladamente las condiciones de uso del producto, su funcionamiento, forma de limpieza, y similares. De esta manera evitará cometer un error que puede ocasionar la descompostura de la mercancía.

- No haga caso de "promesas verbales". Entre más atractivas parezcan, es menos probable que sean cumplidas.

- Solicite toda la información posible. El proveedor está para servirlo y unos minutos más de atención serán beneficiosos para ambos.

RECOMENDACIONES PREVENTIVAS

Las indicaciones anteriores ayudan a reducir los motivos de queja. Sin embargo, en ocasiones surge inevitablemente algún problema, para lo cual es necesario estar prevenido vigilando las siguientes normas:

- Siempre que sea posible, pida un presupuesto por escrito, solicite que esté bien detallado y que en él se indiquen los datos de la empresa que lo ofrece.

Siempre solicite y guarde las copias de la documentación relacionada con la compra o reparación.

- Y pida un ejemplar de la Ley Federal de Protección al Consumidor. La Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor se lo proporcionarán gratuitamente y con gusto. Pídalo al teléfono 550-47-55. Conozca sus derechos y hágalos valer.

DE QUE QUEJARSE.

Usted ha tenido todas las precauciones citadas, pero ocurre lo inesperado: lo que compró dejó de andar, funciona mal o jamás lo hizo. Usted cree que está frente a un caso que amerita queja. Pero antes de hacerla, asegúrese de tener la razón. Además, siempre trate de llegar a un acuerdo personal con el vendedor como paso medio al de recurrir a las autoridades.

Si la gestión amistosa fracasa, usted se debe quejar de toda acción que vaya en contra de sus intereses y que constituya una violación de la Ley.

MOTIVOS VALIDOS PARA QUEJARSE:

- Incumplimiento de ofertas y promociones durante su término de vigencia.
- Falta de veracidad en la publicidad o en las etiquetas; en tales casos el proveedor es responsable por los perjuicios que ocasione.
- Venta de artículos defectuosos o con desperfectos ocultos.
- Ventas condicionadas, es decir, cuando se nieguen a venderle un artículo o prestarle un servicio a menos que adquiera otro.
- Alteraciones de precios en relación a los precios oficialmente establecidos.
- Diferencias en la cantidad comprada y la recibida.
- Incumplimiento de garantías.
- Cálculos ilegales de intereses.

Existen muchas otras razones válidas para quejarse, en caso de que tenga duda sobre la legitimidad de su reclamación, antes de hacerla consulte a la Procuraduría Federal del Consumidor, Dr. Carmona y Valle No. 11, México 7, D.F.; Teléfono 510-03-46

COMO QUEJARSE.

Una vez que ha confirmado la validéz de su queja, los resultados dependen de la conducta que usted adopte. Para garantizar el éxito es necesario seguir las siguientes recomendaciones:

- Decídase a actuar. No se deje vencer por la apatía o la flojera.
- Actúe rápido. Tiene un plazo durante el cual la ley lo protege.
- Actúe con decisión. No sienta temor, ni vergüenza, está haciendo valer sus derechos.
- No se altere. Con serenidad y cortesía explique claramente el motivo de su reclamación y la forma como desea que se satisfaga.
- Acuda con la persona que le hizo la venta. Pero si su reclamación no es satisfecha, no vacile en recurrir a personas de mayor jerarquía dentro del establecimiento.
- Lleve consigo los documentos que amparan la compra para que no le rechacen la reclamación.
- Anote las fechas y los nombres de las personas con las que se entrevistó y los resultados que

obtuvo. Por lo general, las personas se sienten más responsables cuando saben que se conocen sus nombres. Además, estos datos le servirán en el caso de que tenga que presentar su queja ante las autoridades.

- Cite la Ley. Si usted precisa que la falta cometida en su contra está contemplada por la Ley Federal de Protección al Consumidor, se le escuchará con mayor atención y, para evitar complicaciones mayores, probablemente le solucionarán el problema antes de lo previsto.
- No permita que retrasen la solución de un asunto. Sólo conceda un tiempo razonable para que el proveedor resuelva su queja.

vocabulario del consumidor

A continuación encontramos una serie de palabras y sus posibles definiciones, ponga usted una X en donde le parezca acertado y verifique sus conocimientos en la página 48.

Por cada acierto anote un punto a su favor.

10 aciertos, extraordinario; 9 excelente; 7 y 8 bueno; 6 regular

Menos de 6, malo... y más suerte para la próxima.

CONSUMIDOR			
1 A ( ) el que se extingue	1 B ( ) parte del drenaje	1 C ( ) el que consume	1 D ( ) suma en términos contables
ORIENTACION			
2 A ( ) de oriente	2 B ( ) orden	2 C ( ) guía	2 D ( ) medida
PROCURADURIA			
3 A ( ) en donde se tramita	3 B ( ) en donde están los presos	3 C ( ) en donde se litiga	3 D ( ) en donde se compra
INNOVACIONES			
4 A ( ) novedades	4 B ( ) enterrar a los muertos	4 C ( ) exhalaciones	4 D ( ) rechazos
DIFUSION			
5 A ( ) acción de fundir	5 B ( ) comunicación	5 C ( ) algo no claro	5 D ( ) dos funciones
FONACOT			
6 A ( ) marca de un radio	6 B ( ) fonógrafo	6 C ( ) Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores	6 D ( ) dos funciones
NOVEDADES			
7 A ( ) noticias	7 B ( ) novelas	7 C ( ) innovaciones	7 D ( ) no ver.
ESTIRAR			
8 A ( ) alargar	8 B ( ) echar una cosa	8 C ( ) desperdiciar	8 D ( ) derramar
TERMOSTATO			
9 A ( ) marca de un termo	9 B ( ) aparato para medir la temperatura.	9 C ( ) aparato para medir pequeñas diferencias de temperatura.	9 D ( ) aparato para la regulación automática de la temperatura.
WATTS			
10 A ( ) unidad de medición de la potencia eléctrica.	10 B ( ) sabio famoso neozelandés.	10 C ( ) juego similar al water-polo	10 D ( ) marca de un whisky

preguntas y respuestas

¿Es más nutritiva la azúcar oscura que la blanca?

La azúcar tiene diferentes grados de calidad en relación con el mayor o menor grado de refinación. En el mercado mexicano pueden encontrarse por lo menos 5 grados comerciales llamados comunmente mascabado o azúcar morena, de tercera, segunda, primera y azúcar refinada.

Mientras más se refine (lit. hacer más fina) el dulce, mayor será su color blanco. Esto no constituye un inconveniente real en un régimen de alimentación normal.

¿Cómo se obtiene el café descafeinado?

Existen diversos métodos. En cualquier caso todos parten de la extracción del alcaloide del café puro y terminan en un producto no dañino a la salud que cuenta con no más de 0.3 por ciento de cafeína.

Para obtener el café descafeinado se requiere por lo menos 3 operaciones: preparar el grano para el proceso, extraer luego la cafeína con algún solvente orgánico conveniente y proceder al secado.

¿Son nocivas para la salud las carnes ahumadas?

No, siempre y cuando se utilice en el proceso maderas no resinosas y que no hayan sido pintadas, enchapopotadas o tratadas previamente.

El humo de maderas no resinosas confiere a los alimentos un sabor agradable y, en ocasiones, se emplea como medio de conservación.

El ahumar un alimento puede efectuarse por un proceso rápido y caliente o lento y poco caliente. Debe tenerse siempre el cuidado de conservar los productos ahumados, especialmente las carnes, bajo refrigeración.

Gerardo Medellín Villafuerte

¿Pueden consumirse sin riesgos para la salud las carnes descongeladas?

Sí, aunque es preferible hacerlo el mismo día que se descongelan pues sufren alteraciones por la temperatura ambiente.

Las carnes congeladas toman por lo general la consistencia de la madera y pueden mantenerse sin cambios físicos ni químicos por más de 1 año. No obstante lo anterior, se necesitan cuando menos temperaturas de menos 10 a menos 15 grados centígrados para que esto ocurra.

Cuando se descongela la carne hay que hacerlo gradualmente para evitar que se deformen las fibras musculares y permitir que los coloides reabsorban el líquido de deshielo. Se puede lograr lo último reduciendo simplemente la temperatura de refrigeración.

CASOS REALES SOMETIDOS A LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

COMO SE PRESENTO, RESOLVIO Y LAS OBLIGACIONES DE LAS PARTES.

Nombre y dirección del demandante:

Manuel Velazco Olivares
Edificio 20, Entrada A, Depto. 201
Unidad Juan de Dios Bátiz. Capital.

Razón Social y domicilio del demandado:

Promotora Habitacional San Juan de Aragón, S. A.
M. Avila Camacho 40 Desp. 201
México D. F.

Motivo de la querella según el demandante:

"Con fecha 2 de mayo de 1975, realicé una compraventa a plazos, con Promotora Habitacional San Juan de Aragón, S. A., de un terreno y la construcción de una vivienda, la cual se encuentra localizada en la manzana 30, lote 52, en el Fraccionamiento Bosques de Aragón. El valor del terreno y de la casa es de $401,800.00, que serían pagados con un enganche de $40,180.00 y el resto en 120 mensualidades iguales y consecutivas de $5,912.49, a partir del primero de enero de 1976, fecha en que se me entregaría la propiedad. Por concepto de escrituración se pagarían $35,157.50, el cual se cubriría con tres mensualidades iguales y consecutivas de $8,789.37 a partir del primero de septiembre de 1975, y un documento de $8,789.39 el primero de diciembre de 1975.

"Sin embargo, y como hasta la fecha no han cumplido con la entrega, me veo en la necesidad de acudir a esta Procuraduría para solicitar, a Promotora San Juan de Aragón, S.A., la anulación del contrato de compraventa a plazos, que me devuelvan la cantidad de $75,337.50, que es el importe total de las mensualidades y de la escrituración que ya he cubierto, que se me paguen los intereses que se desprenden de esta cantidad desde la fecha en que fue entregada, así como los daños y perjuicios ocasionados por el incumplimiento de la entrega de la casa".

Acuerdo pactado en la PFC:

Promotora Habitacional San Juan de Aragón, S. A., por medio de su representante, el licenciado Roberto Ramírez Narezo, se obliga a devolver todas y cada una de las cantidades que el consumidor Manuel Velazco Olivares, ha pagado a Promotora Habitacional San Juan de Aragón, S. A., en cuanto presente los recibos correspondientes. Asimismo, se compromete el proveedor a pagar la cantidad de cuatro mil pesos, después de que el comprador presente el recibo de la renta que tuvo que pagar por la demora en la entrega de su casa.

El pago a que se refiere la indicación anterior, se hará en un plazo no mayor de treinta días contando a partir de la fecha de este acuerdo.

Días más tarde, el proveedor cumplió lo convenido en la Procuraduría Federal del Consumidor, e hizo entrega a Manuel Velazco O. de la cantidad de 79 mil 337 pesos 50 centavos que era la cifra solicitada.

El comprador, por su parte, al recibir el cheque retiró la demanda.

Solución a Vocabulario del Consumidor 1C, 2C, 3A, 4A, 5B, 6C, 7C, 8A, 9D, 10A.

RCO111776/INC

NO QUEREMOS LA GUERRA SINO LA PAZ

Contrario a lo que algunos creen, en el Instituto Nacional del Consumidor no andamos buscando hacer la guerra contra nadie.

Quien piense que nosotros somos enemigos acérrimos de la iniciativa privada —ésto es, de los industriales, comerciantes, publicistas, prestadores de servicios y proveedores en general— está rotundamente equivocado... ¡simplemente porque no nos conoce!

Nosotros queremos la paz, y la queremos con todos.

Nosotros queremos establecer el diálogo, lo mismo con consumidores que con proveedores.

Nosotros queremos ser un instrumento de equilibrio, para que se den la equidad y la justicia en la relación que necesariamente existe entre quien compra y quien vende.

Nosotros queremos que el proveedor venda más —en su propio beneficio legítimo y en el beneficio de la economía de nuestra patria—, pero que venda bienes y preste servicios que ofrezcan la mayor calidad posible (ojo: siempre arriba del mínimo aceptable) a un precio simplemente justo.

Nosotros queremos que el proveedor nos comprenda en ésto: importa más la verdadera necesidad popular que el artículo superfluo o de lujo. Hay quienes pueden comprarlo todo, sí; pero la mayoría apenas puede pagar por aquellas cosas que sencillamente le permitirán llevar una vida digna y decorosa. La clave es simple: que el gasto sea siempre racional.

Nosotros queremos actuar —eficientemente— como un organismo que tiene la misión de informar veraz, correcta y completamente a consumidores y proveedores por igual, y para provecho de ambos.

Nosotros queremos ejercer un mecanismo de conciliación y no de presión —salvo que esto último resultara inevitable.

Nosotros no queremos la guerra.

De veras.

Solicite un ejemplar.
Nos dará mucho gusto enviárselo.

"Esta Ley es suya, conózcala y hágala valer"

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Insurgentes Sur 1871, México 20, D.F. Tel: 550-47-55

Favor de enviarme cuanto antes un ejemplar de la Ley Federal de Protección al Consumidor

Nombre

Dirección

Población

Zona Postal Edo.

Recorte este cupón y envíelo hoy mismo

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR. Insurgentes Sur No. 1871, México 20, D. F., teléfono 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales, por Impresora y Editora Cocoyoc, S.A., Democracias No. 61, México 16, D.F., teléfono 576-32-12. Distribuida por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Sayrols de Publicaciones, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor y las Convenciones Universal y Panamericana sobre Derechos de Autor. La reproducción o uso del contenido literario o gráfico, sin previa autorización por escrito, quedan prohibidos conforme a la Ley. (No se autorizará el uso del material para fines publicitarios comerciales). El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor, y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales. Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas EN TRAMITE. Autorización como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos EN TRAMITE.

La REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor admitirán anuncios comerciales o institucionales, así como tampoco aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre, precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto sujeto de la investigación.

Correspondencia y Suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR. Insurgentes Sur No. 1871, Mexico 20, D.F.

el perfil del mal consumidor

- Compra por comprar
- Compra cosas que no necesita
- Compra cosas que le parecen baratas
- Compra de prisa
- Compra a última hora
- Compra por impulso
- Compra lo que ve anunciado
- Compra por ostentación

el perfil del buen consumidor

- Compra de acuerdo con su escala de necesidades
- Planea su gasto
- Hace sus compras por semana o por quincena
- Gasta menos de lo que gana
- Tiene reservas en efectivo
- Compra sin presiones
- Se ajusta a su presupuesto
- Examina cuidadosamente lo que compra

revista del consumidor